

明志◎编



历经千年锤炼的人类智慧 改变人生命运的成功启示

每天读个好寓言

一个简单的寓言故事，足以给人意味深长的人生启示

听一堆大道理，不如读一段小寓言

每天读个好寓言，每天进步一点点

中国华侨出版社





明志◎编

每天读个好寓言



中国华侨出版社



图书在版编目（CIP）数据

每天读个好寓言 / 明志编. — 北京：中国华侨出版社，2013.4
ISBN 978-7-5113-3503-6

Ⅰ. ①每… Ⅱ. ①明… Ⅲ. ①寓言—作品集—世界 Ⅳ. ①I17

中国版本图书馆CIP数据核字（2013）第073570号

每天读个好寓言

编　　者：明　志
出 版 人：方　鸣
责任编辑：一　世
封面设计：异一设计
文字编辑：刘寒冰
美术编辑：玲　玲
经　　销：新华书店
开　　本：1020毫米×1200毫米　1/10　印张：43　字数：721千字
印　　刷：北京德富泰印务有限公司
版　　次：2013年7月第1版　2013年7月第1次印刷
书　　号：ISBN 978-7-5113-3503-6
定　　价：29.80 元

中国华侨出版社　北京市朝阳区静安里26号通成达大厦三层　邮编　100028
法律顾问：陈鹰律师事务所
发 行 部：（010）58815875　传　真：（010）58815857
网　　址：www.oveaschin.com
E-mail：oveaschin@sina.com

前 言

寓言是一种把深刻的哲理和教训寄托在简短、形象的故事里的文学样式，它用比喻和讽刺的手法表达哲理智慧，是一种古老而又保持着青春活力的文学体裁。寓言有着鲜明的特点：有强烈的讽刺性和教育性；故事情节多为虚构；语言精炼，极富表现力；一般篇幅较小，结构紧凑；多用比喻、夸张、象征等手法。它简短，但饱含智慧、发人深省；它泼辣，且一针见血、力砭时弊；它妙趣横生、耐人寻味又让人进德益智。

短小的寓言故事，浓缩了人生智慧的精华，它往往能让人们更乐于接受那些因说教而不愿接受的大道理，更便捷、更有效地获得人生的经验和智慧。世界著名的“酒店大王”希尔顿曾感言：“智慧的力量大于武器的力量，有了智慧，你就能改写自己的人生命运。”而寓言，无疑具有这种非凡的能力。

成功与失败一直是人们关注的焦点。成功使人欣喜若狂，失败使人痛不欲生。有的人将成功作为一生追求的目标，因此他的生活才有了光彩。其实成功与失败只有一步之遥，一生的经历，无论荣辱，只要把握当下，不患得患失，反而可能达到自己的目标，即使不能，自己也会乐在其中。

而在生命的旅途中，财富也是人们追求的目标之一。有的人白手起家，用汗水辛苦积累财富；有的人则不择手段，坑蒙拐骗，为了金钱而抛弃自己的良心和人格。拥有财富后，有的人穷奢极欲，逐渐浪费成性；而有的人则一贯简朴，将每一分钱都用在有用的地方。不同的财富观念会带来不同的结果，这与自己的选择有关。

在工作和生活中，对于枯燥的管理理论，有时候我们很难接受并加以应用。无论是管理者还是有晋升欲望的员工，都应掌握一定的管理技巧来武装自己的头脑，这个道理是我们人所共知的。我们试图通过一种新的办法——寓言，让人们在轻松的阅读中掌握这些管理技巧。

从寓言故事中得到的人生哲理和智慧都是抽象、笼统和普遍的，因而不同职业立场的人们从不同的角度诠释寓言，往往获得不同的人生智慧和职业启迪。寓言中也同样蕴含着许多关于营销的哲理与智慧。从营销的角度挖掘寓言内涵，阐释营销哲理和智慧，也可以带给营销人员一些有益的启示。

每个人一生的荣辱，应以平常心对待。当生活处于顺境时，仍应保持忧患意识，保持踏实、诚恳、正直的精神，应以更强大的力量承担自己的责任；当生活处于困境时，仍应心宁神定，保持清醒超脱的头脑，分析造成困境的原因，针对根源采取适当的对应措施，不屈不挠、坚忍不拔地去超越与突破。针对人生中存在的种种问题，我们也甄选了一批人生寓言，希望这些寓言能为迷茫中的人们指明方向。

简单一本书，可以滋养无数的心灵。《每天读个好寓言》分为成功寓言、财富寓言、管理寓言、营销寓言、人生寓言五个部分，精选了数百个含义深刻、发人深省的寓言故事。每个故事下面都有“分析”部分，剖析寓言的深刻内涵，便于读者理解。在“管理寓言”和“营销寓言”部分，除“分析”外，还有“理论延伸”、“好的做法”、“不好的做法”等栏目，列举了具体的管理、营销实例，使读者可以系统、全面地了解并掌握管理、营销知识，并能获得愉悦的感受和颇有价值的启发。为使本书更加生动活泼，我们还为部分寓言故事配上了插图，达到了图文并茂的效果，为本书增色不少。

一则不期而遇的寓言故事，可以使人获得一个来自心灵的启示；一个来自心灵的启示，可以让人拥有一种有价值的人生智慧；而一种有价值的人生智慧，则可以改变一个人的事业和命运。简明短小的寓言故事，其智慧之力无穷！

在人生及通往成功的道路上，这样的寓言故事会给企业管理者、营销人士及其他行业的广大读者朋友带来有力的帮助和深刻的启发。不少经营者会从故事中汲取经营的智慧，获得事业上的成功；不少人从寓言中汲取财富智慧，在市场变化与生存中熟谙理财之道，形成正确的财富观，构建合理的投资体系，得到个人理财的诀窍，获得事业发展的经济保障；不少管理者从寓言中获知管理智慧，向员工传授企业在营销变革与危机中的生存之道，革新管理方式，获得管理上的成功；不少营销人员也会从故事中汲取营销的智慧与诀窍，从而更新营销观念，提升营销技能，获得营销事业上的成功；普通读者也能从寓言中汲取到人生的智慧和处世的哲理，从而获得精神的升华，拥有充实的人生。

可以说，寓言会给人们的生活、事业、人生注入新鲜的血液，它会产生深远的影响。

每天读个好寓言，每天就会获得一些惊喜或启示，这会让你人生的数十寒暑过得更有意义！愿书中的这些寓言故事能给你的人生些许启示，能让你的人生之旅更加愉悦、顺畅、轻松！

目　录

成功寓言

财富寓言

管理寓言

营销寓言

人生寓言

成功寓言



顽石和美玉

——命运掌握在自己手中

有个富翁有两个儿子，他们整天在父亲面前抱怨生不逢时，命运不济。

富翁决定教育教育两个儿子。他取出一块发亮的小石头，对大儿子说："你拿到城东石市上去卖，只要买主出到市场上的一般价钱就卖掉。"富翁又走出院子，指着院门口一块大石头对小儿子说："你把它搬到城西的珠宝市上，用丝绸包好，只有买主出的价钱比市场上所有其他珠宝的价钱都高才能卖掉。"

大儿子到了石市，随手把闪闪发光的小石头放在脚边的地上，等待出售。过了很久，才有人注意到这块小石头，这个人捡起它摸来摸去，说："这块石头可以带回家给小女儿过家家。"他还了半天价，才以最便宜的价钱把石头买走。

小儿子搬着院门口的大石头到了珠宝市，他用一块光滑柔软的中国丝绸把大石头包裹好，放在一个透明的玻璃盒子里。开始，没有人理会它。慢慢地，有人围了过来，价格却还没到那些闪闪发光的珠宝的一半。小儿子摇摇头，不肯卖。又过了一会儿，有人出一般珠宝的价钱，小儿子还是摇摇头。后来，越来越多的人对这块大石头产生了兴趣，价钱越出越高，比市场上所有珠宝的价钱都高了。小儿子终于点了点头，买主喜滋滋地把大石头搬回了家。

分 析

同样是石头，因为展现的方式不同，结果就不同。命运也是一样。是成功还是失败，更多的取决于在人生的长河中如何展现。你以为自己只是冥顽不灵的石头，别人也就当你是块顽石；你把自己当作美玉，别人才会以为你是块美玉。

对于先天条件相差无几的人来说，是成为叱咤风云的成功者，还是成为碌碌无为的平庸者，就看你如何定位自己，如何展现自己，只有这样才能牢牢地掌控自己的命运。

森田博士说："所谓命运，就是对境遇所作的反应的方式。"这样看来，任何人都有成功的无穷潜力，就看我们是不是清楚地意识到这一点，能不能适时地把属于自己的潜力挖掘出来。

李嘉诚就是一个善于定位自己、展现自己、把握自己命运的人。

"我年幼时可以说是生不逢时。"李嘉诚说。1938年，日军轰炸潮州，迄今李嘉诚还记得炸弹落在身边的情景，生与死只一线相隔。一年后，他逃亡香港，"15岁，父亲过世前一天，问我有什么事要跟他说。我当时很自信地安慰他：'我们一家一定会过得很好。'"



为了遵守诺言，李嘉诚每天工作10多个小时，有时候做到晚上非常劳累，还要爬到10层的住所。疲倦得不得了，“我就想一定有一个办法，可以令自己爬楼的时候舒服点。我就闭着眼睛，一边爬，一边数，数够了楼梯级数，就睁开眼睛……”

李嘉诚从一无所有，发展到今天拥有4家上市公司，市值3000亿，靠的是把握自己的命运，不断定位，不时展现。

肚子里憋一口气

——要有志气

森林剧团里有许多出色的艺术家：钻火圈的老虎，表演空中飞“人”的猴子，善于滚球的黑熊……所到之处，它们都以自己卓越的表演给观众带来无穷的快乐。一直流浪的山羊找到团长，想加入剧团，面试时，它瘦弱的身材受到了黑熊的嘲弄，笨拙的动作让猴子笑得肚子疼……

流浪的山羊肚子里憋了一口气，它找到了一处陡峭的山崖，拼命练习自己的灵巧性，除了吃饭与睡觉，它从不停下来。虽然曾多次摔下崖去，但不到半年，它便能在山崖上跳跃自如了。为了更高的目标，它找到一条藤，系在两边山崖上，练习空中走绳，不到2个月，它便能轻盈地走在藤上，并能做出许多高难度动作。

山羊练成绝技的消息传来，剧团团长亲自相迎，山羊成了剧团的名角。

分 析

朋友，不管你出身贵贱、相貌美丑、智力高下，只要有志气，你就能成为出色的人。

著名生物学家童第周就是这方面的典范：1902年，童第周出生在浙江鄞县一个偏僻的山村里。因为家境很不宽裕，他从小一面跟父亲念书，一面帮助家里做农活。直到17岁，他才在二哥的帮助下，进了宁波师范预科。第二年转入教会办的效实中学。这个学校对英文和数理化要求很严，童第周因为基础差，学习十分吃力，转学第一学期，平均成绩才45分。学校要他退学或降级，他一再向校长请求跟班试读一学期。学校勉强同意后，他便开始以惊人的毅力去攻克学习难关。早晨天不亮，他就悄悄爬起来，在路灯下读外语；夜里别人都睡了，他仍然站在路灯下自修功课。学监发现了，关上路灯，逼他进屋。他乘学监不注意，又溜到厕所外的灯下学习。就这样，第二学期他终于赶了上来，总平均分达到70多分，几何还考了100分。进入大学以后，他学习更加勤奋，基础越来越扎实，到临近毕业时，已经是老师和同学公认的高材生了！

此后，在亲友的资助下，童第周远行比利时，跟着布拉舍和达克教授深造。布拉舍教授很有名望，童第周却不声不响地搞成了布拉舍几年没有搞成的试验，这一下子震动了他的欧洲同行。布拉舍兴奋地说：“童这个小个子真行！”

后来，童第周说：“有两件事我一想起来就很高兴。一件是我在中学时，第一次取得100分。那件事使我知道：我并不比别人笨，别人能办到的事，我经过努力也能办到。世界上没有天才，天才是用劳动换来的。另一件事就是我在比利时第一次完成剥除青蛙卵膜的手术。

"那件事使我相信：中国人不比外国人笨。外国人认为很难办到的事，我们照样能办到。"

童第周的故事告诉我们，无论天资如何，只要有志气，就能取得成功。

均等的遗产

——凡事皆有可能

有个商人，他有两个儿子。大儿子是父亲的宠儿，父亲想把自己的全部财产都留给他。母亲很可怜小儿子，她请求丈夫先不要宣布分财产的事。她总想想个办法让两个儿子分得公平一点。商人听从了她的劝告，没有宣布分财产的决定。

有一次，母亲坐在窗前哭泣，一位过路人看见了，就走上前来，问她为什么哭。

她说："我怎么能不哭呢？对我来说，两个儿子都一样亲，可是他们的父亲却想把全部财产留给一个儿子，而另一个什么也得不到。在我还没想出帮助小儿子的办法以前，我请求丈夫先不要向儿子们宣布他的决定。但是我自己没有钱，我不知道怎样才能解决这个烦恼。"

过路人说："你的烦恼很容易解决。你只管向两个儿子宣布，大儿子将得到全部财产，小儿子什么也得不到。但以后他们将各得其所。"

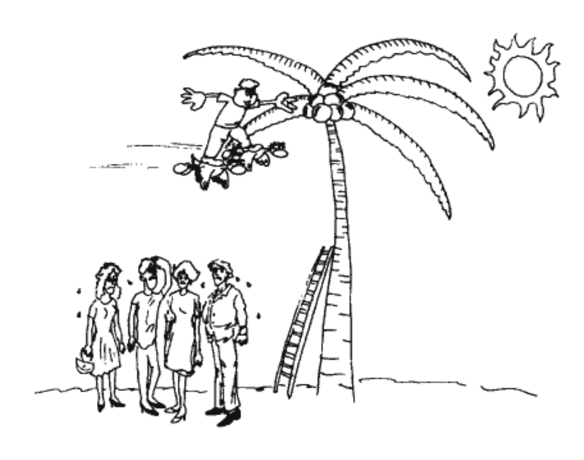
小儿子一听说自己什么也得不到，就离开家到外地去了。他在那里学会了手艺，增长了知识。而大儿子依赖父亲生活，什么也不学，因为他知道，他将是富有的。

父亲死后，大儿子什么都不会干，把自己所有的财产都花光了。而小儿子却在外面学会了挣钱的本事，变得富裕起来。

分 析

本应富有的可以一文不名，本应穷困的却可以富甲一方。世界之大，凡事皆有可能。

在美国宇航中心的大门上，写着人类向宇宙进军的一句豪迈宣言：只要人类能够梦想的，就一定能够实现。莎士比亚也曾说过："如果我们的心预备好了，所有的事就都成了。"若不给自己设限，则人生中就没有制约你成长的藩篱。任何人都有成功的可能，当今美国炙手可热的女CEO卡莉·费奥瑞纳说过："人类进步从来不是愤世嫉俗者和怀疑者带来



的，这一动力来自相信凡事皆有可能的人。”

在惠普CEO的角逐中，卡莉是在这样的预言中来到惠普的：太过缺乏经验，华而不实，太过另类，无法胜任这家传奇性硅谷企业的首席执行官。

卡莉显然不在乎这个预言。因为还在AT&T做经理的时候，她就相信凡事皆有可能。

卡莉深入研究惠普的历史，找出了创始人在20世纪三四十年代的黑白照片。这些创始人的照片令她想出了一个主意：在全国范围展开宣传攻势。一条有新总裁亲自参加拍摄的、背景为惠普老员工买地下车库的广告公映后，令惠普公司的职员们深受感动。这家地处硅谷、有着悠久历史、规模巨大的公司重新站了起来。

在众人质疑的目光中，卡莉·费奥瑞纳，这样一个小女人，在惠普这样的全球性公司游刃有余，还有什么是不可能的呢？

老狼的故事

——有想法就不晚

一只年迈的狼发现一只被捕兽夹夹住的狐狸。对它来说，这无疑是天赐的美味。当它来到狐狸身边时，却发现被夹子夹着的狐狸并没有悲观，也没有临死的绝望，而是在冷静地思索着什么。直到狼出现在面前，狐狸才吃惊地清醒过来。

“你刚才想什么呢？”狼问狐狸。

“唉，想啥也没用了，我即使能从夹子中脱身出来，还不是成为你口中的食物。”狐狸陷入了绝望。

“你说你能从夹子中解脱出来？让我看看，你要是能做到，我就不吃你了。”狼说。

“能给个理由吗？”狐狸问。

“我想学学你怎么从夹子里逃出来。”狼回答。

“你会有好结果的，虽然你已经很老了，但就凭这一点，森林里没有谁是你的对手，猎人也奈何你不得。”狐狸发出了由衷的赞叹。

分 析

高尔基说：“学习——永远不晚。”其实，何止学习，做任何事都是如此，只要你知道了你真正想要的是什么，那就尽全力去做吧，时间永远不会太晚。你只要有不可阻挡的热情，什么也不能阻止你前进的步伐。

人们往往以为，开始得太晚了，并以此为借口放弃努力。殊不知只要开始，就永远不晚。

有这样一个故事：

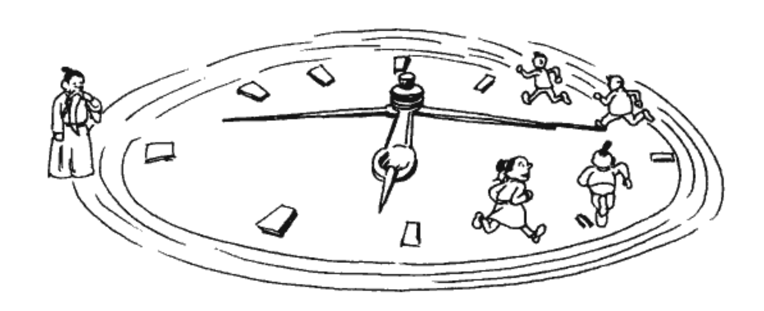
日语学习班新一期开学报名时,来了一位老者。

“给孩子报名？”登记小姐问。“不，自己。”老人回答。

小姐愕然。

老人解释：“儿子在日本找了个媳妇，他们每次回来，说话叽里咕噜，我听着着急。我想听懂他们的话。”

“您今年高寿？”小姐问。



“68。”

“您想听懂他们的话,最少要学两年。可两年后，您都70了！”

老人笑吟吟地反问:“姑娘，你以为如果我不学，两年后就是66吗？”

是的，无论我们或走或躺，时光同样在流逝，年龄同样在增加。可就在这同样的时光中，有人收获，有人空白——区别只是在于是否曾经开始。

朋友，记住：只要开始，永远不晚；只要进步，永有空间。

知了学飞

——学会自我激励

很久以前，知了并不会飞。一天它看见一只蝴蝶在空中飞舞，姿势曼妙，便请求蝴蝶教它学飞。蝴蝶先让它走两步，看完后，蝴蝶叹了口气说：“我学会飞舞累得脱了一层皮，你的皮比我还厚，还坚实，你能练得脱掉它吗？我看你是没希望了。”

蝴蝶失望地摇摇头，飞走了。

知了无奈地趴在地上，不住地悲叹。

后来它又琢磨了蝴蝶的话，“脱层皮，脱层皮……”知了喃喃地说道，“要是练到皮脱能飞，我也能做得到。”

日复一日，知了艰难地练着，它练裂了背上的皮，从硬壳中脱出身来。

当夏日的阳光照在知了筋疲力尽的身上，它惊奇地发现自己长出了翅膀。它赶紧试着扑楞几下，翅膀张开了。兴奋的知了向天空飞去。“我成功了。”它大声叫着。

当蝴蝶看到飞得又快又高的知了时，吃惊得张大了嘴巴。

分 析

朋友你看，自我激励的力量多么巨大！多赞美自己、肯定自己吧，经常使用些能激励你积极思考、坚持行动的词句吧，自我激励,自我暗示，能使你产生乐观向上、积极进取的心态，你才会永不疲倦地前行。

人的潜力是永不衰竭的，没有什么力量能比自我激励的力量更强大、更长效地作用于一个人。

当你做一件事的时候，要不断地告诫自己：“我能行，我要这样做，我一定能做好。”

循环不断、周而复始地进行自我激励，时间久了,潜意识就会转变过来,就能成功地实现自我改变和自我的超越,充分发挥聪明才智，创造正常情况下无法想象的成就。

一个中年男子得了重病，在医院的病床上已经躺了两天两夜。这两天两夜他一直迷迷糊糊，不知道时间，不认识人，也不知道发生了什么。

慢慢地，他逐渐从昏睡中醒过来，却无论如何睁不开眼睛，动弹不了身体，只隐约听到有两个声音在说话。

一个年轻女人的声音说："他已经睡了51个小时，恐怕没有醒来的希望了。"

另一个年长一点的男人说道："恐怕是不行了……"

他心里非常着急，他想，我要让他们知道我还活着。可是我动弹不得，怎么才能告诉他们我还活着？只有睁开眼睛，我只有睁开眼睛，努力睁开眼睛。

他又听到耳边的声音响起来：

"是否需要通知家属？"

"再观察一下，然后通知家属，询问是否还要继续治疗。"

他不断地激励自己，睁眼的意志更坚定了，"我一定要睁开眼睛，告诉他们我没有死，没有死。"可是，他的眼睑就像有千斤重，不管怎样努力，仍是不能睁开眼。

"通知家属，建议保守治疗，继续这种治疗方案已经用处不大。"

"尽快请家属签字，不要把金钱浪费在无用的治疗上。"

……

他仍不断地激励自己，一定要活下去。此时，他心中只有一个坚定的信念，那就是睁眼，睁眼，睁眼。终于，他的眼前出现了一线光明，几天以来的黑暗被驱逐了，眼睛终于睁开了！床边的护士惊叫起来："呀，快看，他醒来了！"医生走到他床前，对他说道："朋友，你创造了一个奇迹。"

这是一个自我激励创造生命奇迹的经典事例。

杂技大师

——相信自己的判断

森林里的杂技高手山羊参加一个演出，在两座山之间的悬崖上走钢丝。

"我要再表演一次，这次我要绑住我的双手走到另一边，你们相信我吗？"杂技高手对所有的动物说。大家都想知道结果，所以都说："我们相信你！"杂技高手用绳子绑了双手，轻松地走了过去。

山羊又对所有的观众说："我再表演一次，我绑住双手，把眼睛蒙上，你们相信我吗？"所有的观众都说："我们相信你！你是最棒的！"

山羊蒙住了眼睛，用脚慢慢地摸到钢丝，一步一步地往前走。它走过去了！

山羊又从观众中找到一只小山羊，说："这是我的儿子，我要把它放到我的肩膀上，我绑住双手、蒙住眼睛走到钢丝的另一边，你们相信我吗？"所有的动物都说："我们相信你！你一定可以走过去的！"

"真的相信我吗？"杂技高手问道。"相信你！真的相信你！"所有的动物都说。

"那么，你们真的相信你们的判断力吗？"

“相信！绝对相信！我们相信自己的判断！”所有动物大声回答。

“那好，既然你们都相信自己，那我把我的儿子放下来，换上你们的孩子，有愿意的吗？”山羊说。

观众席上鸦雀无声，再也没有动物敢说相信了。

分 析

在现实工作中，许多人都会说：“我相信我自己，我充满自信!”可是，喊这些口号时，我们是否真的相信自己？我们会不会一出门，遇到一点困难就忘掉刚才喊的这句话呢?

所谓自信，不是说说、喊喊玩的，只有在困难面前还能保持自信，充分相信自己的人，才可能是真正成功的人。

只有自信，才能让别人相信你。也只有自信，才会有行动的欲望。而这，正是成功的第一步。

这里有两个故事，很能说明自信对于成败的作用。

一个是尼克松因没有自信而失败的故事。

1972年，尼克松竞选连任总统。由于他在第一任期内政绩斐然，所以大多数政治评论家都预测尼克松将以绝对优势获得胜利。

然而，尼克松本人却很不自信，他指派手下的人潜入竞选对手总部所在的水门饭店，在对手的办公室里安装了窃听器。事发之后，他又连连阻止调查、推卸责任，在选举胜利后不久便被迫辞职。本来稳操胜券的尼克松，因缺乏自信而导致惨败。

另一个是小泽征尔因自信获得祝贺的故事。

小泽征尔是世界著名的交响乐指挥家。在一次世界优秀指挥家大赛的决赛中，他按照评委会给的乐谱指挥演奏，敏锐地发现了不和谐的声音。起初，他以为是乐队演奏出了错误，就停下来重新演奏，但还是不对。他觉得是乐谱有问题。这时，在场的作曲家和评委会的权威人士坚持说乐谱绝对没有问题，是他错了。面对一大批音乐大师和权威人士，他思考再三，最后斩钉截铁地大声说：“不！一定是乐谱错了！”话音刚落，评委席上的评委们立即站起来，祝贺他大赛夺魁。

原来，这是评委们精心设计的“圈套”，以此来检验指挥家在发现乐谱错误并遭到权威人士“否定”的情况下，能否坚持自己的正确主张。前两位参加决赛的指挥家虽然也发现了错误，但终因随声附和权威们的意见而被淘汰。小泽征尔却因充满自信而摘取了世界指挥家大赛的桂冠。

青蛙和牛

——贵有自知之明

池塘边有两只青蛙，一天，小青蛙对老青蛙说：“爸爸呀，我刚才碰到了一头可怕的大怪物哩。这个家伙大得像一座山，头上长了两只角，后面还有一条长毛的尾巴,它的蹄子分成两只脚趾呢。”

“呸！呸！”老青蛙露出不屑的神气，“小孩子少见多怪。那不过是一头普通的牛而

己，有什么稀奇？它或许比我长得高一点，但我不费吹灰之力就可以变得它那样大。你看着吧。”于是它鼓气，把肚皮鼓胀起来。

“是不是这样大？”它问小青蛙。

“不，那东西大得多呢。”

于是老青蛙再深深吸一口气鼓起来，然后再问小青蛙那头牛有没有这么大。

“它大得多呀，爸爸。”小青蛙又说。

于是老青蛙再三吸气，用尽了力去把肚子鼓得又大又实。它鼓呀鼓，胀呀胀，最后，胀破了自己的肚皮。

分 析

这故事是说，仿效别人做自己力所不能及的事，不仅得不到什么益处，还会给自己带来不幸，并受世人的嘲笑。所以说，人贵有自知之明，或者说，成功者必自知。

自知之明与自信并不矛盾，这两者都是基于对自己的正确认识，相信自己的实力，同时认识到什么适合自己，什么不适合自己，从而扬长避短，趋利避害。

换言之，有自知之明，方能自信；无自知之明，只能是自负。

缺乏自知之明，往往会把“自己”放到最大，凡事以自我为中心，以为自己无所不能、无坚不摧。知道自己的能力，凡事量力而为，“缩小”自己，成就会比“放大”自己更大、更多。

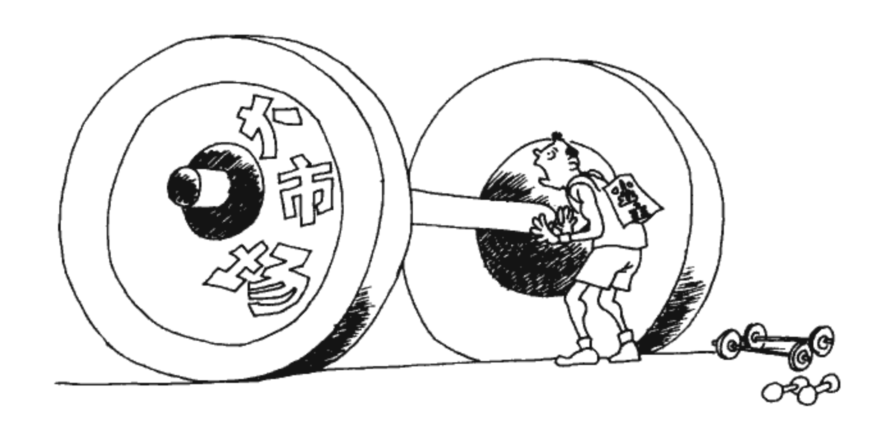
姚明应该算是个有自知之明的人。参加NBA几个赛季之后，姚明的表现很抢眼，2003赛季两获每月最佳新秀奖，2004赛季他又几次被提名为西部最佳球员，但却失之交臂。

进入2004年3月，他连战西部排名前五的球队，平均每场拿下29.7分，已是非同凡响。加内特和诺维茨基在输给火箭之后都说姚明“会成为超级球员”，但姚明自己心里不乱不躁。他说：“最重要的是稳住这个势头。”

拿一次单周MVP是姚明本赛季早就给自己定下的目标。终于在连续三场夺得27分以上之后，姚明当选西部最佳球员。谈到每月最佳的大奖，他说：“那个太难了。每周最佳得是球星才拿得到，但每月最佳得是超级球星才拿得到。现在就只剩下3月和4月两个月了。”

他又笑着说：“我还是很有自知之明的哦。”

有自知之明的姚明，定下切合实际的、跳一跳可以达到的目标，才能在高手林立的NBA扎扎实实地站稳脚跟，一步一步地有所建树。



鹰与乌鸦

——要学会认识自己

一只老鹰从高岩直飞而下，把一只羊羔抓走了。一只乌鸦见到后，非常羡慕，很想仿效。于是，它呼啦啦地猛扑到一只公羊背上，狠命地想把它抓起来，然而它的脚爪却被羊毛缠住了，拔也拔不出来。尽管它不断地使劲拍打翅膀，但仍飞不起来。

牧羊人见到后，跑过去将它一把抓住，剪去它翅膀上的羽毛。傍晚，他带着乌鸦回家，交给了他的孩子们。孩子们问这是什么鸟，他回答说：“这是乌鸦，可它硬要充当老鹰。”

分 析

乌鸦没有认识到自己的能力，而落得被抓的下场。

渴望成功的人，认识自己是第一重要的事。所谓“知己知彼，百战不殆”，“知人者智，自知者明”。“知己”或“自知”是说，每个人都应该知道，你的长处在哪里，你的弱势在哪里，你的兴趣在哪里，哪些领域是适合你的，哪些人能够助你成功，哪些积习是成功的大敌，哪些地方、哪些人是你应该避之不及的，你的知识结构是怎样的。认识自己，才能对症下药；认识自己，才能走向成功。“认识自己，改造自己”，就是我们一生中要努力追寻的目标。

有一天，一推销员向一位老和尚推销保险，等他详细地说明之后，老和尚平静地说：“听完你的介绍之后，丝毫引不起我投保的意愿。”

老和尚注视推销员良久，接着又说：“人与人之间，像这样相对而坐的时候，一定要具备一种强烈吸引对方的魅力，如果你做不到这一点，将来就没什么前途可言了。”

推销员哑口无言，冷汗直流。

老和尚又说：“年轻人，先努力改造自己吧！”

“改造自己？”

“是的，要改造自己首先必须认识自己，你知不知道自己是一个什么样的人呢？”

老和尚又说：“你在替别人考虑保险之前，必须先考虑自己，认识自己。”

“考虑自己？认识自己？”

“是的！赤裸裸地注视自己，毫无保留地彻底反省，然后才能认识自己。”

从此，推销员开始努力认识自己，改造自己，终于成为一代推销大师。

不满的罐子

——人的潜力无穷

一节课上，狐狸教授在桌子上放了一个装水的罐子，又从桌子下面拿出一些正好可以从罐口放进罐子里的“鹅卵石”。当狐狸教授把石块放完后问它的学生道：“你们说这罐子是



不是满的？”

“是。”所有的学生异口同声地回答说。

“真的吗？”狐狸教授笑问。然后再从桌底下拿出一袋碎石子，把碎石子从罐口倒下去，摇一摇，再加一些，再问学生：“你们说，这罐子现在是不是满的？”这回他的学生不敢回答得太快。最后班上有位学生怯生生地细声回答道：“也许没满。”

“很好！”狐狸教授说完后，又从桌下拿出一袋沙子，慢慢地倒进罐子里。倒完后，再问班上的学生：”现在你们再告诉我，这个罐子是满的还是没满？”

“没有满！”全班同学这下学乖了，大家很有信心地回答说。

“好极了！”狐狸教授再一次称赞这些“孺子可教”的学生们。称赞完了后，狐狸教授从桌底下拿出一大瓶水，把水倒在看起来已经被鹅卵石、小碎石、沙子填满了的罐子。

分 析

这个故事说明很多道理：在时间管理方面，无论我们的工作多忙，行程排得多满，挤一下还是可以多做些事的；在事情主次方面，如果不先将大的“鹅卵石”放进罐子里去，你以后也许永远没有机会再把它们放进去了。

但我这里要讲的是，我们每个人都像故事中的罐子一样，永远有潜力可挖。你以为它已经满了，再盛不下东西了，但事实上它总是有你难以想象的巨大潜力。

心理学家告诉我们，我们所用的能力跟我们所拥有的能力相比，比值大约是2%到5%。因此，和我们能使用的能力相比，可以这样说，人的潜力是无穷的。

走钢丝的小猪

——学会开发潜能

森林里有只小猪，跟随猴子师傅学走钢丝。小猪胆小，看着那细如发丝的钢丝，不相信

自己能在上面行走而不摔下来。

一次又一次，小猪从钢丝上摔下来，就是不能成功地走到钢丝另一头。

于是，猴子师傅在小猪背上系了一根绳子，自己上到高高的台子上，拉着绳子的另一端，这样，即使它从钢丝上掉下来，也会因为被绳子拴着，而不会摔下来。

因为身上有绳子，小猪感到安全，它终于顺利地走完了全程。

小猪高兴地笑了，但它再三请求师傅，千万不要松开背上绳子，否则它就又会掉下来。

猴子师傅告诉小猪，放心吧，我不会解下你身上的绳子。

但是，当小猪又一次走上钢丝时，师傅悄悄松开了手，绳子轻轻落了下去，小猪毫无察觉，带着绳子给它的安全感，顺利地走到了钢丝那一头。

从此以后，小猪再也不怕走上高高的钢丝了。

分 析

学杂技的小猪认为它不可能独自走过钢丝。是的，又高又细的钢丝，你能平平稳稳地走过去，完全不失去平衡吗？小猪的怯懦是可以理解的。但是，结果却证明了这件看似不可完成的事其实是可以做到的。

这说明，我们的体内蕴藏的力量绝非如我们想到的、看到的那么有限。每个人都拥有巨大的能量，足以完成那些看上去高不可攀的事业。

很多事情其实并不难，只是我们想得太难了，我们高估了困难。科学家发现，大多数普通人平常只利用了10%的自身潜能，还有90%的潜能资源仍然处于沉睡闲置状态。任何成功都不是天生的，成功与否的根本区别只在于，是让无穷无尽的潜能在你身体里睡觉还是让它乖乖地为你服务。

潜能激励专家魏特利自己就是一个开发潜能的好例子。

魏特利9岁时结识了一位士兵朋友，有一天，他的朋友对他说："星期天早上5点，我带你到船上钓鱼。" 魏特利非常高兴，他说："我好想去！我从未靠近过一艘船，我总是在桥上、防波堤上，或岩石上垂钓。眼看着一艘艘船开往海中，真令人羡慕！我总是梦想，有一天我能在船上钓鱼。噢，太感谢你了！"

周六晚上魏特利兴奋地和衣上床，为了确保不会迟到，他还穿着网球鞋。清晨3点，他备好鱼具箱，另外还带上备用的鱼钩及鱼线，将钓竿上的轴上好油。带了两份花生酱和果酱三明治。

但不幸的是他的朋友失约了。

这时候，一个9岁的孩子会怎么办？我们一定想，他会因此沮丧失望，爬回床上生闷气或者拼命哭闹，甚至从此对人与人之间的真诚产生怀疑，给幼小的心灵造成阴影。但魏特利没有！他花光了身上所有的钱，买了补缀过的单人橡胶救生艇。他将橡皮艇吹满气，顶在头上，里头放着钓鱼的用具，他摇着桨，滑入水中，假装自己将启动一艘豪华大油轮，航向海洋。他钓到一些鱼，享受了三明治，用军用水壶喝了些果汁，这是他一生中最美妙的日子之一。

小魏特利从没靠近过一艘船，更别说独自筹备一切，独自在船上钓鱼，还独自享用食物了，看起来不可思议是吗？其实类似不可思议的事每个人都能做到，只要行动起来，别再让你的潜能睡大觉。

懒惰的麋鹿

——先奋斗，再享受

整整一个秋天，灰熊都没来得及欣赏一下山水间绚烂的景色。它急急忙忙地寻找并储存准备过冬的食物。当初冬的寒风吹落树上最后一片叶子时，它完全准备好了。高兴的灰熊便带着自己的孩子悠闲地在森林中散步。它们说笑着、嘻闹着，十分快乐。

小麋鹿看到这情景，跑回家告诉妈妈，说："妈妈，熊妈妈带着小熊每天在树林里散步、做游戏，可快乐了，咱们也去玩吧！"

"好吧！"麋鹿妈妈说。于是这对母子也加入到游戏当中。反正深秋初冬的森林到处是可口的食物。

前来游戏的动物越来越多，宛如一场盛大的森林节日，麋鹿母子乐此不疲。

雪花飘落的时节，灰熊开始待在家里，其他动物也销声匿迹了。只有饥饿的麋鹿母子不得不每天到雪层下面寻找草根度日。寒风与饥饿差点要了麋鹿母子的命。

分 析

愚蠢的麋鹿只看到灰熊悠闲舒适的时刻，却不知道它们是花了多少时间、存储了多少食物才换来这时的安闲。懒惰的麋鹿不懂得舒适的生活捡不来、等不来，只有靠努力奋斗才能得来的道理。

一个人，一无所有的时候就应该奋斗，应该积累财富和经验，那些才是日后享受的资本。

没经历这些就想坐享其成，结局只能像那懒惰的麋鹿一样悲惨。

亿万富翁黄任中是台湾皇龙投资公司的董事长，他在儿子上高中时便叮咛道："我的财富你拿不到，大学毕业以后，你必须靠自己创业。"儿子留学期间，找他要一台好电脑，他只给一台差电脑的钱，不够的部分让其自己去打工赚钱解决。黄任中说："对于儿子的物质要求，一般我只满足他四分之一，以消除他的依赖心理。"

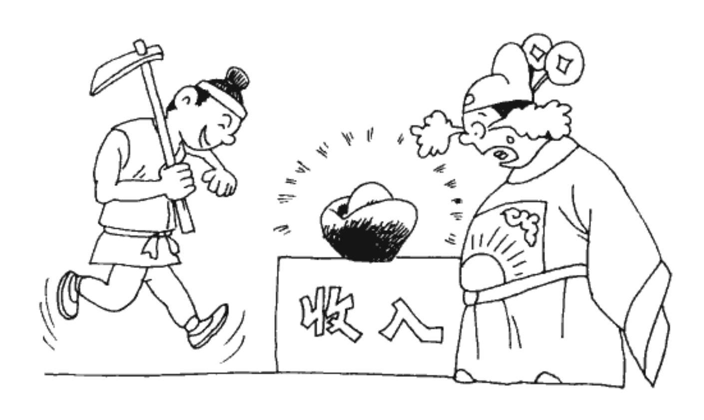
当父子两人结伴搭机去香港时，黄任中坐头等舱，儿子黄若谷只能坐经济舱。另外，黄任中还给儿子规定：在美国留学期间，必须寄宿，不得搬进父亲在美国的豪华别墅，也不准驾驶父亲的名贵轿车。黄任中认为："年轻人应先吃苦再享受。年轻一代不经过奋斗期，不会了解财富与幸福得来不易的道理。"

这些背后有着千万、亿万家业的富家公子，都没权利坐享父辈的成就，更别说我们这些普通人了。先奋斗，再享受，才是一个人应有的一生。

三个人和一只蜘蛛

——心态决定一切

雨后，一只蜘蛛艰难地向墙上已经支离破碎的网爬去，由于墙壁潮湿，它爬到一定的高



度就会掉下来，它一次次地向上爬，一次次地又掉下来……

第一个人看到了，他叹了一口气，自言自语："我的一生不正如这只蜘蛛吗？忙忙碌碌而无所得。"于是，他日渐消沉。

第二个人看到了，他说："这只蜘蛛真愚蠢，为什么不从旁边干燥的地方绕一下爬上去？我以后可不能像它那样愚蠢。"于是，他变得聪明起来。

第三个人看到了，他立刻被蜘蛛屡败屡战的精神感动了。于是，他变得坚强起来。

分 析

一位哲人说："你的心态就是你真正的主人。"从这则寓言中可以看出，不同的人，由于心态不同，对同一件事，看法千差万别，其结果也截然不同。

心态决定一切，一个好的心态可以成就一个人，而一个坏的心态可以毁掉一个人。

有一个真实的故事可以证明这一点：

在美国田纳西州的一个小镇上，有一个小女孩因为是个私生女而被别人看不起，她自己也感到很自卑。

她生活中的惟一乐趣是听镇上新来的一位牧师布道。有一天散场后，牧师叫住她问："你的父母是谁？"这个简单的问题令她当时感到非常难堪。牧师似乎看出了这背后的秘密，他平静地对这个小女孩说："我明白了，你是上帝的孩子，我们都是上帝的孩子。记住，过去不等于未来。"

没想到就是这么一句话便深深地影响到了这个小女孩的命运，她从此战胜了自我，通过艰苦的努力，最终成为了田纳西州的州长。

这个小女孩的成功，就在于她心态的变化，她从糟糕的心态中走了出来，积极乐观地面对自我，面对世界，才最终取得了让人景仰的成功。

孪生兄弟

——乐观带来充满希望的人生

有个父亲有一对性格迥异的孪生儿子。其中一个过分乐观，而另一个则过分悲观。这个

父亲就想改造这对孪生兄弟。

于是有一天，父亲买了许多外观美丽、色泽鲜艳的新玩具给悲观的那个孩子，又把乐观孩子送进了一间堆满马粪的车房里。

第二天清晨，父亲看到悲观的孩子正泣不成声，便问：“为什么不玩那些玩具呢？”

“玩了就会坏的。”孩子仍在哭泣。

父亲叹了口气，走进车房，却发现那乐观的孩子正兴高采烈地在马粪里掏着什么。

“告诉你，爸爸。”那孩子得意洋洋地向父亲宣称，“我想马粪堆里一定还藏着一匹小马呢！”

分 析

乐观和悲观的差距就是这么大！乐观者在逆境中看到的是人生的希望，悲观者却总是看事物消极的一面，而独生感慨。

乐观带来的是充满希望的人生。

其实，人与人之间并没有多大的区别。

智力超常和智力低下者都只占人群中的极少数，不到3%。其他大部分人资质相差不大，但为什么会在成就上有高低之分呢？有些心理学家认为，其秘密在于人的心态不同。

拿破仑在一次与敌军作战时遭遇顽强的抵抗，队伍损失惨重，形势十分危险。拿破仑也因一时不慎掉入泥潭中，被弄得满身泥巴，狼狈不堪。

可此时的拿破仑却很乐观，内心只有一个信念，那就是无论如何也要打赢这场战斗。

只听他大吼一声：“冲啊！”他手下的士兵看到他那副滑稽模样，忍不住都哈哈大笑起来，但同时也被拿破仑的乐观自信所鼓舞。一时间，战士们群情激昂，奋勇当先，终于取得了战斗的最后胜利。

保持平静和乐观的心态，向着目标，心无旁骛地前进，这是每一个成功人士必备的素质。

记住：无论在任何危急的困境中，都要保持乐观积极的心态。

夜猎高手猫头鹰

——学会乐观

在上帝举办的一次动物演唱会上，猫头鹰因它那令人毛骨悚然、难听的嗓音受到全体动物无情的耻笑。虽然上帝没有怪罪它，但它所到之处都是冷嘲热讽，人类也把它当作不祥之物。

猫头鹰羞愧得无地自容，它害怕白天见人，于是改到夜里活动。无数个漆黑的夜晚，它哭泣着哀叹命运的不公。

匆忙赶路的赫尔墨斯听到了它那伤心欲绝的哭声，便停下来问它。猫头鹰听到这关切的问候，便痛快淋漓地向他哭诉了自己的遭遇。

赫尔墨斯微笑着告诉它：“虽然你的歌声不好听，但你有敏锐的目光、尖利的爪子，你可以抓老鼠，做好多有益的事情，干吗老想那些不愉快的事情呢？”

猫头鹰听了说：“谢谢你的鼓励，让我试试吧！”它开始不再去想那些让它悲伤的事情，专心地抓捕老鼠。一次又一次的成功，让它成了捕猎高手，它得到了无尽的快乐。

分 析

这世界上，对很多事物的看法，没有绝对的对错之分，只有乐观与悲观、积极与消极之分。

同一件事，乐观的人可以因为乐观而轻松、快乐，悲观的人却心事重重，苦闷失望。叔本华说："事物的本身并不影响人，人们只受对事物看法的影响。"我们暂时无力改变事物本身，至少可以改变自己内心的想法和看待事物的态度，积极的心态可以带来积极的情绪，从而导致积极的行动，带来积极的结果！

获得加州大学艺术博士学位的黄美廉是一位自小就染患脑性麻痹的病人。这种疾病夺去了她肢体的平衡感，也夺走了她发声讲话的能力。从小她就生活在肢体不便及众多异样的眼光中，然而她没有让这些外在的痛苦击败她内在奋斗的精神，她昂然面对，迎向一切的不可能。终于，她用她的手当画笔，画出了生命的灿烂色彩。

在一场她的演讲会上，有个学生问："请问黄博士，你从小就长成这个样子，请问你怎么看你自己？你没有怨恨吗？"

"我怎么看自己？"黄美廉用粉笔在黑板上重重地写下这几个字。她写字时用力极大，写完这个问题，她回头嫣然一笑，然后又在黑板上龙飞凤舞地写了起来：

一、我好可爱！

二、我的腿很长很美！

三、爸爸妈妈这么爱我！

四、上帝这么爱我！

五、我会画画！我会写稿！

六、我有只可爱的猫！

七、还有……

……

最后她又在黑板上写下结论："我只看我所有的，不看我所没有的。"黄美廉倾斜着身子站在台上，满足的笑容从她的嘴角荡漾开来，眼睛眯得更小了，有一种永远也不被击败的傲然写在她脸上。

"我只看我所有的，不看我所没有的。"朋友，记住黄美廉的这句话吧，这是一种乐观的心态，一种傲然的心态，更是一种成功者才有的心态。

祖孙打猎

——要有野心

有一个孩子跟随爷爷学打猎，爷爷指着一群小鸟对他说："孩子，今天你要打中一只小鸟。"孩子说："好的，爷爷。"

孩子开了一枪，没有打中，鸟群飞走了。

又飞来了一只小鸟，孩子又举枪瞄准，还是没有打中。

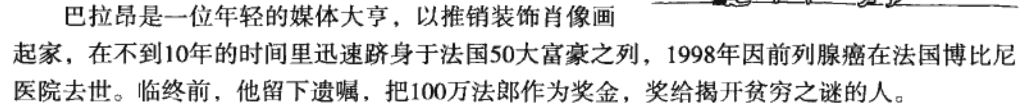
一次又一次，孩子总是打不到空中飞过的小鸟。他看见爷爷一枪打下一只老鹰来，就问爷爷："爷爷爷爷，我为什么连一只小鸟都打不到？"

爷爷说："孩子，如果你的目标是一只鹰，那你可能射到一只小鸟。如果你的目标是月亮，那你可能就射到了一只鹰。如果你的目标只是一只小鸟，那你什么也射不到。"

分 析

这则寓言说的是：人应该有野心，它是成功的条件之一。

有些人一辈子饥寒交迫，在温饱线上挣扎；有些人虽然填饱了肚子，但终生庸庸碌碌，无所作为,为什么？这些人缺少智慧？能力？机遇？也许都是，但他们最缺的是哪一样？如果你猜到了是野心，你就可以获得巴拉昂的100万法郎奖金了。



巴拉昂是一位年轻的媒体大亨，以推销装饰肖像画起家，在不到10年的时间里迅速跻身于法国50大富豪之列，1998年因前列腺癌在法国博比尼医院去世。临终前，他留下遗嘱，把100万法郎作为奖金，奖给揭开贫穷之谜的人。

巴拉昂去世后，他的遗嘱说，我曾是一位穷人，去世时却是以一个富人的身份走进天堂的。我不想把我成为富人的秘诀带走，现在秘诀就锁在法兰西中央银行的一个私人保险箱内，谁若能通过回答"穷人最缺少的是什么"而猜中我的秘诀，他将能得到我的祝贺。他可以从那只保险箱里荣幸地拿走100万法郎，那就是我给予他的掌声。

巴拉昂逝世周年纪念日，律师和代理人按巴拉昂生前的交代在公证部门的监督下打开了那只保险箱，在4万多封来信中，有一位叫蒂勒的小姑娘猜对了巴拉昂的秘诀，蒂勒和巴拉昂都认为穷人最缺少的是野心，即成为富人的野心。

在颁奖之日，年仅9岁的蒂勒说："我想，也许野心可以让人得到自己想得到的东西。"

历史上，很多名噪一时，对后世影响深远的人物都是靠野心起家的。拥有中国历史上最广大疆域的成吉思汗就曾扬言："大地是我的牧场，有雄鹰的地方就有我的铁骑。"在军事院校读书时的拿破仑就曾立誓要做一名卓越的统帅并吞并整个欧洲，其勃勃野心可见一斑。不可否认，正像好莱坞明星所说，野心是永远的特效药，是奇迹的萌发点。

树立高尚的理想，盯住一个令人振奋的目标，然后发奋努力吧。

钓具与鱼

——机会青睐有准备的人

有个人和几个朋友去海滨旅行，行程中有钓鱼这项安排，于是几个朋友一起去购买钓具。商场里，这个人坚持要买一根重型的钓鱼竿和线轴。朋友们开玩笑说道："你是打算钓一条鲸鱼吧？"

他笑一笑，并不理会这些打击他信心的玩笑。

他们来到了海滨，一个朋友的鱼线被挣断了，那人抱怨自己没有准备重一些的钓具。

很快的，这个人的线被拉紧了，是一条大鱼！半个小时后，他把战利品拖上了船，一条30镑重的大家伙！

人们都肃然起敬，因为他向他们演示了一个道理：如果你想钓一条大鱼，那你要先准备好钓大鱼的工具。

分 析

生理学家贝弗里奇说过，机遇只偏爱那些有准备的头脑。

其实，机遇女神敲门的次数比人们意识到的多得多，只是她不会把自己硬塞到你手里，她只是轻轻走到你面前，看你是不是留得住她。

如果你想留住机遇女神的脚步，那就只有像寓言中的那个人，为每一次机会的到来做好充分的准备。否则，机会就会成为一条溜走的大鱼。

不要只看到别人得到的大鱼，不要只钦羡成功者的幸运，不要抱怨机遇为什么不砸在你头上，那也许只是你不认得机遇的面孔罢了。看看别人成功光环的背后吧，看看这些成功者曾经为日后到来的机遇付出了多少辛酸和汗水。

中国女子速滑运动员叶乔波，先后共获得过100多枚奖牌，她有句名言是："用荆棘编织桂冠。"

叶乔波跟着八一队在哈尔滨的时候，她是练得最狠的一个，八一队规定早晨起来的时间是6点钟，她就自己5点半悄悄起来练，同屋的一看，"哎哟，你起来了，我也5点半起来"，然后叶乔波就5点起来，最后到了4点半起床练，天还没有亮。

1993年，在一次手术后，本应至少休息一个星期，可叶乔波为了有机会能够在第二年举行的冬奥会上再争奖牌，手术的第二天就试着瘸着走路，第三天就开始慢跑，第四天就开始蹲杠铃。她说："因为我没有时间啊，我就豁出去了，不管这，没有想说，哎哟，我退了役以后这个膝盖会怎么着，根本就没有那个概念，那个时候，就想着我这届奥运会怎么办。"

叶乔波宿舍的每张训练计划周表上面都有一句警言："距冬奥会还有222天，明星不是喊出来的，而是脚踏实地练出来的。""距冬奥会还有206天，成功属于那些不吝惜自己汗水的人。"……

有一天，速滑队一位男队员有事起早，路过冰场时，发现叶乔波正在滑冰，心里好生纳闷：她今天不是出国比赛吗？怎么还上冰？8点多的飞机，6点钟还要练，真是练疯了！

全世界速滑运动员有那么多，冬奥会对每个人来说都是一次成功的机会，为什么当机会在叶乔波面前走过的时候，叶乔波没有让她溜走？如果没有赛前的这些准备工作，没有这些汗水、泪水甚至血水，成功的桂冠又怎么可能戴在叶乔波的头上？

没有完全凭幸运取胜的人，机遇永远只青睐有准备者。

龟兔赛跑

——骄傲是成功的大敌

兔子天生善跑，而乌龟虽然也长了四条腿，却爬得真慢。所以，兔子一见乌龟就嘲笑它。

有一天，兔子又碰见乌龟，笑眯眯地说："乌龟，咱们来赛跑好吗？"乌龟知道兔子在

开它玩笑，就生气地说："兔子，你别神气，跑就跑。"

兔子一听乌龟应战，差点笑破了肚子："乌龟，你真敢跟我赛跑？那好，咱们从这儿跑起，看谁先跑到那边山脚下的一棵大树。预备！一，二，三……"

兔子一会儿就跑得很远了。它回头一看，已经快看不见乌龟了，心想：我呀，在这儿睡上一大觉，它也追不上我，兔子身子一歪，合上眼皮，真的睡着了。

兔子醒来后往后一看，还是不见乌龟的踪影。它还以为乌龟还没赶上来呢。兔子就向前跑去。可是，就在它要到终点时，却看到乌龟已经爬到大树底下了。

兔子跑得快，为什么这次比赛乌龟反而赢了呢？

分 析

一个骄傲的人，结果总是在骄傲里毁灭了自己。

莎士比亚的这句话刚好用来说明这个寓言的道理。傲慢给人带来危害，谦卑给人恩惠。傲慢是成功的大敌。

虽然"谦受益，满招损"的古老道理人人都懂，但在生活中因骄傲而失败的例子仍不胜枚举。没办法，这就是人性的弱点。

头昂得越高，越容易被脚下的石头绊倒，道理人人都懂，但是，实践起来却那么困难。

某些大企业也往往对自己的实力过于高看，而对于实力比自己小的企业产生轻视思想。这常会导致自己日后的失败。

大企业与中小企业之间的博弈非常复杂。双方既存在合作，也存在竞争。大型企业如果认为后者实力弱小，不堪一击，就极有可能在长期的竞争中被慢慢地蚕食。每个企业都有从弱小到强大的经历，也有可能经历从强大变成弱小的过程，这取决于企业的竞争心态。

也就是说，企业必须客观地评价自己的竞争者，永远不要用傲慢的眼光来看待自己的对手。

世界知名的可口可乐曾经犯过"刀下留人"的错误。它现在惟一的敌手——"百事"曾经三度转手，最后走投无路，只能谦卑地恳请可口可乐以超低价格兼并。如果可口可乐当时不是那么自满地拒绝后者，而是将这个濒临灭亡的对手彻底收归旗下，那么以后就会少了一个强劲的对手。"百事"在遭到拒绝之后奋发图强，终于熬过了最艰苦的日子并东山再起，最终成为世界上惟一能与可口可乐相抗的饮料公司。

兔子谦虚了

——学会谦虚

兔子和乌龟比赛失败后，几天也不肯出门，它一直在反思自己为什么就输掉了，它终于想明白了。从那以后，兔子就变得谦虚了。

有一天，兔子又遇到乌龟，乌龟开始嘲笑兔子了："长跑专家，怎么就输给我了。"

兔子认真地说："那是因为我太骄傲了，我虽然跑得快，但要论耐力却不如你。"

"那你还敢不敢和我比赛呢？"乌龟仰着头问。

"你有那么好的耐力，要是再比赛，恐怕我还是会输的。"兔子谦虚地说。

这回轮到乌龟骄傲了，非要和兔子再比一场。兔子无奈，答应了乌龟的要求。

在比赛中，兔子再也没犯上次的错误，一鼓作气跑到了终点。等乌龟到达终点时，兔子还热情地上前对乌龟说：“你的耐力比我好，如果要进行长距离比赛，恐怕我就不是你的对手了。”

乌龟低下了头。

分 析

佛经里有个妙高禅师的故事也能说明这个道理：

妙高禅师在妙高山悬崖边打坐，只要他一打瞌睡，就会掉下山底，他就提醒自己“不能昏沉”，不可打瞌睡，从修行当中体会“道”。

有一次，他打坐的时候昏沉瞌睡，就从妙高山掉下来；半空中，护法韦陀显现，把他救回。妙高禅师就很骄傲，他说：“你看，护法韦陀菩萨，我掉下去，你都会捧我回来，你随时在旁边护持我，你看我多伟大！”这时傲慢心一起，韦陀就显现：“从现在开始，一直到几百劫以后，我都不护持你！”，韦陀菩萨说完这句话，就走了。

这时候，妙高禅师才知道自己太骄傲。他很后悔，明白学佛的人应该要谦虚，所以他跟护法忏悔。

有一回打坐忏悔，结果又昏沉打瞌睡，再次掉下崖去。这次死定了，因为韦陀护法不再护持，但最终韦陀再次出现，又救回他。他就问护法，护法说：“就是因为你谦虚忏悔，谦虚已经洗掉了几百世傲慢的心。”

在现代社会，傲慢仍是人与人之间交流沟通的大敌，傲慢的人以自我为中心，看不到自己的缺点，也看不到别人的优点，受不了别人的责难，他们难以被环境认同，自身也难以进步。

“广积粮，缓称王”，谦虚谨慎，厚积而薄发，才是制胜之道。

黑熊觅食

——不要贪婪

一只黑熊去觅食，它来到一片玉米地，地里的玉米结出一个个又粗又大的棒子。黑熊高兴极了，就掰了几个抱在怀里往家走。走到一块西瓜地时，黑熊看到又大又圆的西瓜，便扔掉棒子，去摘西瓜。它挑了两个最大的高高兴兴地回家了。路过树林时，一只兔子从它前边跑过。黑熊便扔掉西瓜去抓兔子。它气喘吁吁地追到天黑也没追到，只好两手空空地回家了。

分 析

这是一个讲述贪婪的经典寓言。

人类在无情地嘲笑黑熊的同时，也在重复着黑熊的故事。

人们或贪名，或图利，或好色，或嗜酒，贪欲之火一次次把人从成功的天堂抛到失败的地狱里。

《晋书》中有个古老的故事。

有两个堂兄弟王导和王衍，都官居显位，家资巨万，但是王导爱钱，王衍一点不爱钱。王导家中有好李子年年卖钱，怕人得了李子核去种，竟然把每个李子钻个眼——把核仁钻坏

再卖。

而王衍则“口不言钱”，以清高名世。其妻郭氏“贪浊”，夫妻每每争执，郭氏不服。一次王衍熟睡，郭氏命人搬来大堆成串铜钱，把床围个密不透风，看你王衍说不说钱字。王衍醒来见状，大呼“举阿堵物却”（意：把这堵住的东西搬开），依然不言钱。

这兄弟俩，一个爱财如命，一个追求虚名，留下了千古笑柄！其实，钱也好，名也罢，只是成功的奴婢，并非成功的标志，真正的成功应该是有益于社会、有益于人类。

美国石油大王洛克菲勒赚钱成癖，想方设法把别人口袋里的钱赚到自己的口袋里是他毕生的工作，也是他生活的惟一动力。

但洛克菲勒又把金钱看得很淡，他认为：“我确信，有大量金钱必然带来幸福这一观念并未使人们因有钱而得到愉快，愉快来自能做一些使自己以外的某些人满意的事。”

山鹰与狐狸

——忠于承诺

山鹰与狐狸结为好友，为了彼此的友谊更加巩固，它们决定住在一起。于是山鹰飞到一棵高树上面，筑起巢来孵育后代，狐狸则走进树下的灌木丛中间，生儿育女。

有一天，狐狸出去觅食，山鹰也正好断了炊，它便飞入灌木丛中，把幼小的狐狸抢走，与雏鹰一起饱餐一顿。狐狸回来后，知道这事是山鹰所为，它为儿女的死悲痛，而最令它悲痛的是一时无法报仇，因为它是走兽，只能在地上跑，不能去追逐会飞的鸟。因此它只好远远地站着诅咒敌人，这是力量弱小者惟一可以做到的事情。

不久，山鹰的背信弃义也受到了严惩。有一次，一些人在野外杀羊祭神，山鹰飞下去，从祭坛上抓起了带着火的羊肉，带回了自己的巢里。这时候一阵狂风吹了过来，巢里细小干枯的树枝马上燃起了猛烈的火焰。那些羽毛未丰的雏鹰从树上掉了下来。狐狸便跑了过去，并没灭火救山鹰，而是在山鹰的眼前把那些小鹰全都吃了。

分 析

这故事说明，背信弃义的人，一定会受到惩罚。

诚信，是做人的首要准则，更是取得成功的必要准则。

也许你的竞争对手会因你一次不真诚的行为而蒙受损失，你的合作伙伴会因你一次不真诚的承诺而遭受欺骗，而你从中获利。但下一次没有谁还会相信你了，没有朋友，只有对手，除了失败，还有什么结局呢。

现在职场上、商场上存在着不同程度的诚信危机：某上市公司欺骗股东，某房产中介携款失踪……各类经济诈骗花样繁多，可是，这些人风光得意一时，又有哪个可以长久的辉煌？看一下那些真正成功的大商人，无不以诚待人，以诚取信，以“诚信”二字为生意场上的座右铭。

日本著名的企业家YKK集团创始人吉田忠雄在回顾自己的创业成功经验时说过，为人处世首先要讲求诚实，以诚待人才会赢得别人的信任，离开这一点，一切都成了无根之花，无本之木。

在创业的初期，他曾经做过一家小电器商行的推销员。开始的时候，他做得并不顺利，很长时间业务都没有什么起色，但他并没有灰心，而是坚持做下去。有一次，他推销出去一种剃须刀，半个月内同20多位顾客做成了生意。但是后来突然发现，他所推销的剃须刀比别家店里的同类型产品价格高，这使他深感不安。经过深思熟虑，他决定向这20多位客户说明情况，并主动要求向各家客户退还价款上的差额。他的这种以诚待人的做法深深感动了客户，他们不但没收价款差额，反而主动要求向吉田忠雄订货，并在原有的基础上增添了许多新品种。这使吉田忠雄的业务量急剧上升，很快得到了公司的奖励，这给他以后自己创办公司打下了良好的基础。

吉田忠雄最初创办的是一家以350日元作资产的家庭小作坊，经过70年的苦心经营，他的企业已成了业务遍布世界各地，产品家喻户晓的跨国大型企业集团。

改过自新

——浪子回头金不换

古时候，中国有位武士，他力大无穷，武功高强，真可谓力拔山兮气盖世。但他没有把自己的长处用到保家卫国、除暴安良上。还是看看他的作为吧：邻居家的牛踏进他家的农田，他拔剑把邻居的牛杀死，连死牛也不肯归还；一个中年人偶然踩到他的脚，他把人家打得骨折筋断；为了给自家建房，他拆了村民集资修建的庙宇……

佛祖知道了，就把他的灵魂摄去，让他看到另一番景象：他被一个比他更强的人打得吐血，奄奄一息。先前他欺负过的人，有的去抢他的家产，有的争夺他的田地，有的去殴打他的妻儿，家破人亡的景象惨不可言。

他拜倒在佛祖面前，请佛祖保佑。

佛祖问："轮回报应，因因相施，你造的孽还给你家，不是正好吗？你应该满意才是。"武士羞愧得无地自容，向佛祖发誓要洗心革面。

当他悠悠醒来的时候，家里一切安然。他当真重新做人了。擒盗贼、抗强暴，主持公道，从戎作战，建立了赫赫功勋。他死后，乡民为他立庙祭祀，香火不绝。

分 析

俗话说：浪子回头金不换。一个人，尤其是一个曾经犯过错误、做过坏事的人，若能幡然悔悟，往往能走向成功，因为他向恶的力量大，向善的力量也同样大。

况且浪子回头本身就是一种灵魂的升华，一种高境界的成功。

中国浪子回头的典型事例当为周处的故事。周处少年时干了不计其数的坏事，乡里把他与南山恶虎、水中恶蛟并称为三害。斩蛟归来的他看到乡民误以为他与恶蛟同归于尽而欢庆时，他的灵魂被震撼了。改恶向善的他最终成为一代名将，流芳千古。

世界上其他国家也不乏这样的例子。美国总统富兰克林就是这样一个善于改正错误的人。谈到他如何改正自己缺点的经过，他说，少年时代他是个狂妄的人，有一天，他忽然觉得：任性狂妄怎么能成功呢？所以他悟到，要做一个成功的人，一定要先扫除人格上的缺点。他把自己不良的习惯、不受他人欢迎的性格一一列在墙壁上，如：好争辩、没礼貌、不

守时、无耐性、固执、自私、懒惰、说歪理、不尊重别人、没有宽恕的雅量、好计较等，总计有几十项之多。他立志要改掉这许多的缺点和恶习，于是每天都把这些列在墙壁上的缺点拿来考核自己的言行，一有成效，就把缺点从墙壁上删除。经过一段很长的时间，他果然革除了缺点，变得和蔼可亲，受到广大群众的欢迎，终于当上美国的大总统。

朋友，如果你对现在的自己不满，只要痛下决心，改正错误，就一定有机会成为你渴望中的“新人”。

狐狸和火鸡

——关键时刻要冷静

为了对狐狸的进攻进行有效地抵御，火鸡把自己栖息的树当成了一座城堡。这阴险的狐狸已经绕树转了好几圈，瞧见每只火鸡都在放哨警戒，不敢怠懈。它狠狠地喊着：“怎么啦，这些躲在树上的家伙居然敢跟我作对，它们以为这样就能免于一死！不，决不！我对天发誓，我绝不会轻饶它们的！”狐狸还真兑现了自己的诺言。

这天晚上月色皎洁，好像专门与狐狸作对，这对火鸡当然是再好不过的了。当然狐狸在进攻敌手方面也毫不含糊，它诡计多端，一肚子坏水，忽而装作佯攻向上爬，忽而又踮起身子向上移，接着装死躺下，一会儿又爬起来……狐狸竖起了肥大的尾巴，使它油亮闪烁，耍尽了骗人的把戏。在这段时间里，没有一只火鸡敢放松警惕打一个盹，敌情使它们两眼圆睁，紧张地注视着树下的风吹草动。时间一长，这些可怜的火鸡都头晕目眩，不断地从树上栽下来，几乎有一半的火鸡掉了下来。狐狸把掉下来的火鸡逮住，全都拴在了一起，并把它们全宰掉放进了自己的食品橱。要知道，越是到了危急关头，神经越是不能太紧张，否则，乱了自己的方寸，就会像火鸡一样，来个倒栽葱。

分 析

这则寓言告诉我们关键时刻要保持冷静。

不管我们是自己创业做老板，做职业经理人，还是从事其他各行各业的工作，都免不了遇到危机、挑战、诱惑和其他让人气愤和头痛的事。越是这种时候，就越可能是你所在机构和你个人发展的转折点。这样的时刻，最能验证一个人的个人素质和职业能力，而你的一切素质和能力都只有在头脑冷静的情况下才能正常甚至超常发挥，所以说：关键时刻务必保持冷静。

有这样一个真实的故事：梁先生去上海的一家跨国通讯公司应聘。

考官盯着他：“你不是上海人吧？不会说上海话，你在上海怎样开展工作？”他冷静地回答：“上海是个国际大都市，我想会不会说方言应该不会对工作造成实质性的影响。如果工作确实需要，我会马上去学上海话。”

考官又问：“现在公司有项紧急任务，但你又接到电话说母亲住院了，你准备怎么办？”梁先生镇定地说：“我想先找个同事帮忙把工作处理一下，自己马上赶到医院，如果情况不严重的话，再立刻赶回来。”谁知考官步步紧逼：“工作是没有办法找人代的，你考虑好怎么办了吗？”“对不起，我只能先赶回去。事业再重要，也没有生我养我的母



亲重要！”

听了此话，考官往椅背上一靠说：“我对你的表现非常失望。”然而他还是按下怒气，三言两语答完几个常规问题后便起身告辞。

然而不久后，梁先生居然接到了这家公司通知他去上班的电话。那位香港考官很赞赏他，因为他“面对强大的压力还能充分保持冷静和克制，是块干业务的好材料”。

猫和狐狸

——要有一技之长

猫和狐狸外出去朝拜圣地，它俩打扮得像两个小圣徒，实际上是两个圆滑刁钻、阿谀奉承的伪君子，名副其实的骗子。它俩一路上尽干坏事，没少骗吃家禽和干酪。根本不花费自己一个铜子。

漫长的旅途十分枯燥无聊，用争论问题来打发时光是一个好办法。整日里，空旷的路上充斥着这两位朝圣者的吵嚷声。在结束一个话题后，两者谈起了周围的同伴。狐狸对猫轻蔑地说道：“你自认为聪明，其实你懂些什么，我有的是锦囊妙计。”

“那有什么用，”猫说：“我的袋子里只有一招，但它足以赛过各种计谋。”于是两者之间又重新爆发了新一轮的争论，各说各的理，吵得不可开交。

就在这时候，一群猎狗赶了来，于是争吵得以迅速平息。猫对狐狸说：“朋友，现在就看你有什么锦囊妙计了，多动脑筋想想看，赶紧找一条逃生之计吧，对我来讲就看这一招了。”话音刚落，猫纵身跳到树上，爬了上去。这只狐狸只得动脑筋想办法了，然而，它想出上百条计谋但不知哪一条更有利于逃生，不得已只得钻进一个窝穴，在受到烟熏和矮

种猎狗的追咬下，狐狸冒险钻出地面试图逃跑，随即被两只动作利索的猎狗一拥而上，活活咬死了。

分 析

上面的寓言告诉我们，掌握一技之长是多么的重要。只有掌握一技之长，在关键的时候，才能临危不惧，镇定自若，开合有度，逢凶化吉。

战国时期，齐国的孟尝君喜欢招纳各种人做门客，号称宾客三千。他对宾客是来者不拒，有才能的让他们各尽其能，没有才能的也提供食宿，厚待他们。

秦昭王意图称霸诸国，听说孟尝君很有本领，有号召力，就要求孟尝君出使秦国，假说要拜他为相。孟尝君率领众宾客出使秦国。秦昭王要孟尝君留下来，孟尝君不敢得罪秦昭王，只好留下来。不久，大臣们劝秦王说："留下孟尝君对秦国是不利的，他出身王族，在齐国有封地，有家人，怎么会真心为秦国办事呢？"秦昭王觉得有理，便改变了主意，把孟尝君和他的手下人软禁起来，只等找个借口杀掉。

秦昭王有个最受宠爱的妃子，只要妃子说一，昭王绝不说二。孟尝君派人去求她救助。妃子答应了，条件是拿齐国那一件天下无双的狐白裘（用白色狐腋的皮毛做成的皮衣）做报酬。这可叫孟尝君作难了，因为刚到秦国，他便把这件狐白裘献给了秦昭王。就在这时候，有一个门客说："我能把狐白裘找来！"说完就走了。

原来这个门客最善于钻狗洞偷东西。他先摸清情况，知道昭王特别喜爱那件狐裘，一时舍不得穿，放在宫中的精品贮藏室里。他便借着月光，逃过巡逻人的眼睛，轻易地钻进贮藏室把狐裘偷出来。妃子见到狐白裘高兴极了，想方设法说服秦昭王放弃了杀孟尝君的念头，并准备过两天为他饯行，送他回齐国。

孟尝君可不敢再等过两天，立即率领手下人连夜偷偷骑马向东快奔。到了函谷关正是半夜。按秦国法规，函谷关每天鸡叫才开门，半夜时候，鸡可怎么能叫呢？大家正犯愁时，只听见几声"喔，喔，喔"的雄鸡啼鸣，接着，城关外的雄鸡都打鸣了。原来，孟尝君的另一个门客会学鸡叫，而鸡是只要听到第一声啼叫就立刻会跟着叫起来的。守关的士兵心想：怎么还没睡实鸡就叫了呢？他们虽然觉得奇怪，但也只得起来开门，放他们出去。

天亮了，秦昭王得知孟尝君一行已经逃走，立刻派出人马追赶。追到函谷关，人家已经出关多时了。

孟尝君靠着鸡鸣狗盗之士逃回了齐国。

孟尝君之所以能脱身，那就是孟尝君也有一技之长：能礼贤下士。史书记载，孟尝君之所以能位列战国时候"四名君"之首，靠的就是这能礼贤下士、广揽人才之技。

老鼠艾普

——从交流中获益

一只名叫艾普的老鼠苦恼极了，它的四周充满了危险。猫在梁上虎视眈眈，蛇在地穴里追寻它的踪迹……为了生存，艾普开始四处寻访朋友。兔子告诉它说："我逃避追杀的办法是奔跑、变向、钻洞穴。"于是，艾普学会了第一种逃生技巧；蝙蝠告诉它："为了躲避

危险，最好在夜里活动。”艾普便苦练夜视能力，它有了第二种逃生技巧；松鼠对艾普说：“避开敌人最好的办法是上树，并在树枝间跳跃。”艾普为练上树把爪子磨得生疼，在树枝间跳跃也很快成为它的专长。

猫来追它，艾普便钻进地洞；狗来咬它，艾普便爬上树去；人想逮它，艾普就借着夜幕逃遁，小艾普活得还蛮滋润的。

分 析

每个人都有各自的智慧，无论贵贱贫富，互通有无，一份智慧就成了两份，一个微笑就成了两个。

从别人的智慧火花中汲取能量，别人的言谈观点使你获得启示，新的智慧因子充实到你的思想中来，成为武装自己的力量。

交流使人成长，一个人的思维往往囿于固定的框框，不管怎么费力都冲不出惯性思维的篱障，闭门造车就成了阻碍你前进的大敌，这时候，也许很不起眼的人的一句话就击中了问题的要害，使你茅塞顿开。相信很多人都有上述的经历。

交流还可以远离误解。人与人的交往是很复杂的，难免会产生各种各样的误解，看看那些电视剧、电影、戏剧，凡是曲折的故事多半是从误会开始的，如果当事人能够多些相互交流的机会，把话说明白，那些不必要的误会、不必要的曲折不就迎刃而解了吗?

对于职场中人，交流还可以让你了解上司和下属的心理，看看他们对你的工作有哪些意见和建议，看看你的工作还有哪些可以改进的地方，同样，也可以让你的上司和下属了解你的想法和努力等。

发生危机时交流尤其重要，真诚有效的交流是介绍情况、展示态度、取得谅解、解决矛盾的最佳途径。

智慧火花的碰撞最容易产生真理，交流是成长和理解的沃土。据研究，人自婴儿期就有和人交流的能力和渴望，多交流可以使婴儿变聪明。

可见交流是人的天性，是本能的需要。如果你已习惯于沉默，习惯于固守自己的世界，那么尝试改变一下，与人交流吧，用眼睛、用嘴巴、用心灵，困难的事将变得容易，不可能的事将变为可能，你的世界将从此别开生面。

篱笆与葡萄园

——认识朋友的重要

一个愚蠢的年轻人继承了父亲的家业。他砍掉葡萄园四周所有的篱笆，因为篱笆不能结葡萄。篱笆砍掉以后，人和野兽都能随意侵入葡萄园。没过多久，所有的葡萄树全都被毁坏了。那蠢人见到如此情景，才恍然大悟：虽然篱笆结不出一颗葡萄，但它们能保护葡萄园，它们和葡萄树一样重要。

分 析

在你的创业路上，应该有个像篱笆一样忠诚的朋友与你一同前行。这样的朋友，能给你精神上的安慰和工作上的支持。

现实社会不是武侠小说，“独行侠”往往闯不出一番天地，俗话说：“一个好汉三个帮”，朋友在你创业过程中是别的角色所不能替代的。你往往不忍心告诉父母你遇到了困难、因为你不忍年迈的父母还要为孩子的事业操心，况且父母并不能帮你很多。

你往往不愿在爱人面前暴露你的脆弱和无助。惟有朋友，他能和你一起在充满荆棘的路上打拼，分担你的压力，分享你的喜悦，与你一同面对事业的风风雨雨。

在好朋友面前，你可以随心所欲、坦诚相见,不必伪装自己，能够发泄烦恼又不必担心失去对方的友谊。

如果说英特尔公司创始人、集成电路的发明人诺依斯是当之无愧的红花的话，那么有两片绿叶也不可或缺，那就是获得加州大学哲学博士学位的葛洛夫和早年毕业于加州理工学院的莫尔。

硅谷的人们一致公认：诺依斯——葛洛夫——莫尔，是创业班子的“天作之合”。诺依斯是公司的“脸面”，他最能吸引和团结人才，组织推动商业行销。葛洛夫果断干练，具有“铁石心肠”，做事雷厉风行，擅长于管理和鞭策下属。莫尔天生一个科学家的头脑，又善于运筹帷幄，公司的技术核心非他莫属。于是，这一最佳人才组合的创业小组，构成了新公司的“三驾马车”。

世界首富比尔·盖茨在接受采访中说：“我得说我最好的商业决定是和选择合伙人有关的。决定同保尔·艾伦合作也许是这些决定中排在第一位的。接下来的是雇用一位朋友斯蒂夫·博尔莫。他打从那时候起一直是我的首要合伙人。要有一些你能够完全信任和全心全意投身于事业的人，有一些有同样的远见而又有一整套与你稍有不同的技能的人，并且能对你起到一种制约作用的人。这一点是十分重要的。你的某些想法由他执行。你知道他会说：‘嗨，等一等，你想过这一点和那一点没有？’把一些才智横溢的人激发起来的好处是不但使事业更有意思，而且确实导致很多成功。”

比尔·盖茨说的一点儿不错，朋友能带给你财富和成功。朋友是你强有力的臂膀。

比克猪的故事

——友谊是你的财富

白兔收白菜的时候，请比克猪去帮忙，比克猪嘴一撇：“顾不上。”山羊晒的草要淋雨了，请比克猪来帮着收，比克猪鼻子一哼：“没空。”小猫问：“难道你没有请朋友帮忙的时候？”“绝对没有！”比克猪把头昂得高高的。夜里，狼来袭击比克猪，比克猪仓皇逃跑，眼看就要被狼抓住了。躲在树上的小猫拿了一只大苹果砸在狼的头上，藏在路边的白兔乘机把一包土扬到狼的眼睛上。狼见势不妙，只得撤退。看着那么多朋友在危难的时候帮助自己，比克猪终于醒悟。

分 析

总有些时候，你会在朋友那里得到帮助。不要想：你那么弱小，你永远帮不上我的忙。这世界没有什么一定不可能。多交些真正的朋友，正像弗兰西斯·培根有一句名言所说的那样：“财富不是永远的朋友，朋友才是永远的财富。”

成功的朋友，你可以从他们身上学习成功的道理和秘诀，学习他们处世的方法和智慧。默默无闻的朋友，你可以与他互相激励，彼此扶持，惺惺相惜。

那么如何获得真正的朋友呢？

首先，结交那些对你产生好影响的朋友，远离带给你负面影响的朋友。孟母三迁的故事就是为了避免孟子受到坏朋友、坏环境的影响。环境具有巨大的力量，它可以在不知不觉中深刻、彻底地改变一个人。所谓“近朱者赤，近墨者黑”，和那些使人上进、给人力量的朋友在一起，你也会逐渐变得和他们一样，身体里充满了成功的渴望和奋斗的激情。美国著名的领导力专家约翰·C.马克斯韦尔对成功人士做过一个问卷调查，结果证明，在使他们成功的因素中，榜样的影响占了85%。而长期和那些让你感到沮丧压抑、感到心情灰暗的朋友在一起，你也会慢慢失去斗志，对生活不抱希望。

其次，想获得真诚的朋友，要去做别人真诚的朋友。主动出击，是交友的一个小窍门。你真诚待人在先，他才会投桃报李，成为你的朋友。

再次，多关心你的朋友，关心他遇到的困难。这并非说要失去自己的位置，你这样关心你的朋友，他自然会想到也以同样的方式对待你，否则，他就没有资格做你的朋友。

朋友是生命中不可缺少的精神食粮，没有朋友的世界，必然感到孤单无趣。大哲学家尼采说：“人没有朋友，犹如生活中没有太阳。”成功交友是人生成功的重要部分，如果你还没掌握，就赶快补上这一课吧。

狗与狐狸

——学会为人解围

在狗首领举办的生日宴会上，前来祝寿的宾客畅饮甚欢。在宴会快要结束时，狗侍卫报告说厨房的银酒杯丢了一只。此言一出，全场哗然，猫当即愤怒表示应该搜查每一个来客，把那个玷污大伙声誉的害人精揪出来。

狗首领想了想，说：“不，每位来宾都是我的好友，我们应当珍惜这种伟大的友谊，今晚来的朋友，每位到厨房拿一只银酒杯，权当我送大伙的礼物。”

几天后，狗首领遭遇恶狼，激战后身受重伤，它的狐狸朋友带着几个伙伴奋不顾身地击退了也同样受伤的狼，狗首领得救了。

当它向这位真诚的朋友表示感激之情时，狐狸说：“是你的慷慨维护了这伟大的友谊，我贪拿你的酒杯，你不但不追究，还巧妙地为我找台阶下，你应该感谢你自己。”

分 析

如何圆场，是成功路上一项躲不过的难题。我们总免不了遇到各种各样的尴尬场面，自

己的尴尬，别人的尴尬，如何摆脱人际交往中这种令人难堪的局面，这是我们不得不学的一课。应付得好，这是最能展示一个人智慧和风度的机会；应付不好，就面红耳赤，弄不好还会伤人自尊，大家都下不来台。

圆场，是一门学问，替己解围，需要随机应变，反应灵活；为人解围，则不仅需要聪慧机敏，更需要容人之量。

先举两个替己解围的例子：

年轻人初入职场，免不了办些傻事，说些傻话，看看这个年轻人是怎样挽回自己丢掉的面子的：

有一个新毕业的大学生去某合资公司求职，一位负责接待的先生递过来名片。大学生神情紧张，匆匆一瞥，脱口说道："滕野木石先生，您身为日本人，抛家别舍，来华创业，令人佩服。"那人微微一笑："我姓滕，名柘，地道的中国人。"大学生面红耳赤，无地自容。片刻后，神志清醒，他诚恳地说道："对不起，您的名字使我想起了鲁迅先生的日本老师——藤野先生。他教给鲁迅许多为人治学的道理，让鲁迅受益终生。希望滕先生日后也能时常指教我。"滕先生面带惊奇，点头微笑，最终录用了他。

再讲一个替人圆场的故事：

一次，前民主德国柏林空军俱乐部举行盛宴招待空战英雄，一位年轻的士兵斟酒时不慎将酒洒到乌戴特将军的秃头上。顿时，士兵悚然，会场寂静，人人紧张。倒是这位将军轻抚士兵肩头，说："老弟，你以为这种治疗能再生头发吗？"全场立即爆发出了笑声，人们紧绷的心弦松弛下来了，盛宴保持了热烈欢乐的气氛。

巧妙的圆场，是化解危机的有效手段。多加练习，窘境也许就是你展示机智和幽默的舞台。

被困的水怪

——不要清高

在那遥远的大海海岸上，曾经有一个水怪被困在那里。

这个水怪平时生活在水中，身躯巨大，长着一对鼓眼睛，一口牙齿闪着锋利的白光，浑身披着鳞片，一天可以游好几千里路。它还可以兴风作雨，当风雨大作的时候，它就可以飞腾起来，直上九霄，一般的鱼鳖虾蟹它根本就瞧不起。

可是水怪现在被潮汐冲上岸，困在沙滩里。水怪在陆地上是半步也挪动不了的，再加上它身体过于庞大，尽管它用尽全身的力气挣扎，而且前面又没有高山峻岭、关隘峭壁的阻隔，路也并不远，但它仍然是没有办法回到水中去。可怜这个水怪空有一身本领，却无法施展，连自己都救不了。

这时，几只水獭围拢来，见是水怪被困在那里动弹不得，就你一言我一语地嘲笑起它来。有的说："喂，大水怪，你为什么到这里待着来了？你平日的威风都到哪里去了呢？"有的说："水怪啊，原来你也有这样落魄的时候啊，还不如我们水獭，陆地和水里都能自由往来呢。你真是白白浪费了一身好本事啊！"

要是在平时，水怪才不把这群微不足道的水獭放在眼里呢，可是现在，它被困住了，无计可施，只好任凭水獭们戏谑嘲弄，心里十分窝火。

最后，一只颇有威信的老水獭开了口："水怪啊，你平日里总是看不起我们，完全不考虑我们也有尊严。现在你被困，知道是什么滋味了吧。只要你开口请求我们一句，我们就帮你回到水中，你要不肯开口，我们可就不管你啦！"水怪自恃清高，不愿丢这个脸，就扭过头去不理它们。

过了很久，水獭们又来了，对水怪说："水怪啊，我们就要离开这里了，这是你最后的机会，你愿意我们帮助你吗？"

这时候，其实只要稍稍借助一点外力，水怪的困境就能够解除，可是它怎么也放不下架子，说什么也不要帮助，说："就算烂死在泥沙里，死得也像个英雄，我自己情愿这样。我可没有乞求别人帮助的习惯，你们用不着管我，爱上哪儿就上哪儿去吧。"于是，水獭们走了，其他可以帮它的动物见到这种情形也不来理睬它了，免得自讨没趣。水怪就这样一直坚持着它可怜的自尊而被困在沙滩里，谁也不知道它最终是死是活。

分 析

这则寓言告诉我们：接受帮助并不是什么丢脸的事，要想成功就不能过于清高。

如果像水怪那样过于清高而又不愿依靠群众，就会孤掌难鸣，就算有本事也无法施展，岂不浪费了一身本领吗？

有一个大型企业的一位基建处长是个能干人，他经手的建设项目既快又好，为他的企业多次立功。

不过他的毛病也十分明显，自以为是、自视清高，看不起同级的人，也很少看得起上级，对群众的感情也比较淡薄。

这位处长确实有能力，领导便放手使用。但不久后，企业领导班子变动，他的这种高傲不能被新的领导容忍，于是他被免了职。

没有人否认这位处长的能力，但是清高却使他丢掉了发挥才能的舞台。

螃蟹哲学

——不要嫉妒他人

有一群螃蟹，被人抓住放到一个大盆子里。盆子很浅，而且没有盖盖子。但是，每当一只螃蟹想要爬出这个牢笼、重回自然的时候，其他的螃蟹就一起把它拉回到盆子里。这些螃蟹异口同声地说："我们都困在这里，不能让你一个人出去享受！"就这样，不管哪只螃蟹想往外爬，都会被拉回来。这些螃蟹在盆子里困了一天，有的螃蟹坚持不住了，渐渐断了气。两天后，所有的螃蟹都死光了。

渔夫晃了晃盆子，得意洋洋地对渔妇说："你看，都死光了吧。我早就说过，盆子再浅也没有关系，螃蟹们致命的弱点就是嫉妒啊。"

分 析

嫉妒他人有什么好处呢？别人的才华、能力、成就不会因为你的嫉妒心理减弱一分，你

也不会因为嫉妒而拥有那些让你嫉妒的东西。

除了心里多了一种不快的负面情绪以外，嫉妒者什么也得不到。

嫉妒就像人体内的肿瘤，一旦招惹上，往往难以克服，毒害全身。尽你的努力，拿好你应得的那一份，不嫉妒别人，做个心胸宽广的人不好吗？

关于嫉妒，有记者曾经采访过张德培："我们知道，不嫉妒别人是你的天性。但是，当彼得·桑普拉斯取得比你大得多的成就时，你曾经嫉妒过他吗？"作为同一个时代的两位伟大的网球选手，彼得·桑普拉斯长期排名世界第1位，张德培则长期紧随其后。如果说后者对前者有嫉妒之心，应该是可以理解的。

张德培是这样回答的："说心里话，我们都很在意各自职业生涯的每一步。最初进入职业网坛时，我和彼得是很要好的朋友，相处得很融洽，头两年我们还在一起训练，偶尔配对参加双打比赛。当我们开始取得成就后，便都有了自己的球迷、教练、赞助商等团体，逐渐分开了。这时候，我们也开始认识到，在网球场上我们彼此只能是对方最大的敌人。这种情况下，想再次相处就有点困难了，因为我们想的都是要打得比对方更好。在某些方面，我们在网球上是死对头。后来都取得了一些成就后，我们又走近了一些，相互鼓励并希望对方能打出高水平，取得好成绩。每当听到他的祝福声，我就感到温暖了许多。"

这是多么难得的心胸，这种心胸和为人，正是张德培得到众多对手的尊敬和众多球迷热爱的原因之一。

宽厚的鲁人

——学会宽容

古时候鲁国有个人，心地宽厚，几乎没见他对别人发过怒。有人撞了他，他反而去问别人有事没有；有人占了他的便宜，他一笑了之。他宽以待人之名远播四方。

临村有个人不信，便跑到他家，当着众人的面唾他的脸。他擦去唾沫，对那人说："你是故意来考验我的，谢谢你给了我自我磨炼的机会。"那人哭笑不得地走了。

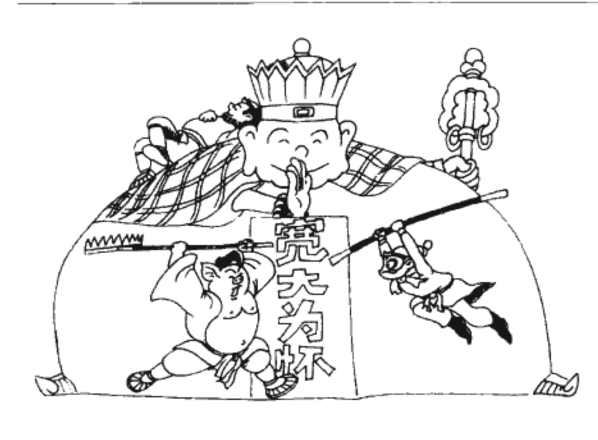
神知道了，便化装成一个老头，趁这个鲁人躺在外面乘凉时尿他一身。鲁人连忙站起来，问："老人家，你病了，我带你去看医生吧！"神感叹一声去了。

后来，这个鲁人被推举为乡民的三老，周围一带民风大变，路不拾遗，夜不闭户。

分 析

宽容，是一种可贵的品质。严于律己，宽以待人，不仅可以使我们自身不断进步，不断优秀，而且可以获得别人的关爱、帮助。事实上，只有对别人宽容，才能获得对人对自己的宽容。

孟尝君被齐王废除了职位后，一般食客都远走高飞。当他复职以后，那些食客又一一赶回来，冯谖想迎接他们。那些食客还没到达时，孟尝君感慨地说："我一向喜爱宾客，逢到宾客从没失之交臂，所以罗致食客三千多人，这是您所知道的。可是，这些宾客眼看我被免职，一一地背叛了我，远走高飞，没有一个回头关照我。现在我依靠您的努力恢复旧职，您说，那些宾客还有什么脸回来见我？要是再回来见我，我一定唾他们的脸，大大地羞辱他们！"



冯谖当时结好马缰，下车敬礼。孟尝君也立刻下车答礼，问道："您是想替宾客们道歉吗？"

冯谖说："我不是为他们道歉，而是为您刚才的失言呀！'物有必至，事有固然'这话您可晓得？"

孟尝君说："我不懂您说的是什么意思。"

冯谖说道："在世上，有生命的东西必定会死亡，这是生物都会经历到的；有钱又有地位的，一定会有很多人来跟他交往，同样的，贫贱的人，他的朋友必定很少，这是一定的道理。您难道没见过那些赶向市场的人吗？天一亮，大伙儿你挤着我、我挤着你进入市场。可是天黑时候，经过的人，即使挥动着手，也不会有人注意他。这并不是说他们喜欢早晨，讨厌黄昏，而是他们心中所想要的东西——利。现在您失掉高位，宾客都走了，情况可谓同出一辙，不能因怪他们而断绝了延揽宾客的门路。希望您仍然好好地对待门下的宾客。"

孟尝君听了这话，豁然开朗，再三说："我一定听从您的建议。能听到您的这些指教，怎能不遵照您的教诲去做呢？"

疯女人

——宽恕别人就是解放自己

有个女人的丈夫做生意被人骗了。她非常生气，又非常伤心，就每天倚在门口装疯卖傻，哭诉她家的不幸，用最恶毒的语言谩骂那骗子的卑劣行为。

一天又一天，她一遍又一遍地重复她的哭诉和谩骂。

开始，人们还同情这个不幸的女人，后来见她的哭闹无休止，大家都说："这个女人疯了。"一年之后，在自己的谩骂声中，这个女人真的疯了。

分 析

这则寓言正好从反面证明了一个德国谚语："最大的报仇就是宽恕的念头。"

不肯原谅别人的女人始终被囿于恨的牢笼，那个骗子在骗了她的金钱之后，又骗走了她的精神。她不知道宽恕别人就是解放自己的道理。

一位老妈妈在她50周年金婚纪念日那天，向来宾道出了她保持婚姻幸福的秘诀。她说："从我结婚那天起，我就准备列出丈夫的10条缺点，为了我们婚姻的幸福，我向自己承诺，每当他犯了这10条错误中的任何一条的时候，我都愿意原谅他。"有人问，那10条缺点到底是什么呢？

她回答说："老实告诉你们吧，50年来，我始终没有把这10条缺点具体地列出来。每当我丈夫做错了事，让我气得直跳脚的时候，我马上提醒自己：算他运气好吧，他犯的是我可

以原谅的那10条错误当中的一个。”

面对生活中的一些小矛盾，如果能像那位老妈妈一样，学会宽容和忍让，你就会发现，幸福其实就在你的身边。宽容朋友就会成为终生益友；宽容爱人就会长相厮守；宽容同事就会解放心灵。

明镜虽有尘，不妨碍它的光彩，领导者对人才同样也不可苛求完美，任何人都难免有些小毛病，只要无伤大雅，何必过分计较呢？最重要的是发现他的优点，看他能够为企业带来怎样的利益。比如，美国有个著名的发明家洛特纳，虽然酗酒成性，但是福特公司还是诚恳邀约，最后，此人为福特公司的发展立下了汗马功劳。

人力资源管理专业人员要具备慧眼识才的甄别能力,要能够容人之短、用人所长。

每一个人都有自己的长处和短处。用人要扬长避短,扬长补短,切不能因别人有短处,就用挑剔的眼光去盯住他的短处,夸大他的短处。而应该把人才放到最能发挥他长处的岗位上去。

吃亏是福

——学习吃眼前亏

村子里有9条蛇。有一天，它们聚在一起夸耀着自己的优点。

青蛇说：“我最年轻，充满活力。”

白蛇说：“我最强壮，天下无敌。”

花蛇说：“我最美貌，引人注意。”

黑蛇说：“我最灵活，行动便利。”

……

8条蛇都说出了它们的长处，只有一条又老又丑的黄蛇没有说话。大家一起嘲笑它：

“哈哈，老不死的东西！”

“这条丑八怪！”

“又老又没用的废物！”

……

黄蛇仍然不发一言，既不辩解，也不愤怒，任由别的蛇嘲笑。

不久，村子里田鼠泛滥。一只凶悍的老鹰来联合这9条蛇一同捕鼠。一天下来，它们一共捕到了10只肥硕丰美的田鼠。

老鹰问：“这10只田鼠怎么分配？”

青蛇探出身子来，冒冒失失地说：“我们和你对半分好了。”

老鹰心想，我一口就能吃掉一条蛇，你们还妄想平分我的猎物？

老鹰愤怒了，冲着青蛇脖子就是一口，把青蛇啄死了。

其他7条蛇见状，纷纷上前同老鹰争辩。

白蛇说：“我们出力不比你出的少，对半分很公平。”

花蛇说：“我们9个分5只田鼠，你一个也分5只田鼠，对半分已经很便宜了。”

黑蛇说：“你想多分我们的田鼠，我们是不会干的。”

……

老鹰怒不可遏，上去就是几口，这7条蛇也都成了老鹰的盘中美食。

老鹰发现黄蛇一直没说话，就恶狠狠地问："你说说看，这10只田鼠应该怎么分？"

黄蛇慢慢地动了动身子，说道："9条蛇加1只鼠是10个，1只鹰加9只鼠也是10个，这样对半分正合适。"

老鹰满意地笑了。这样，黄蛇不仅保住了命，还衔走了一只肥大的田鼠。

它看着地上同类的尸体，叹息道："我最大的优点就是能吃亏啊。"

分 析

俗语说："好汉不吃眼前亏。"可是这里要讲的道理是好汉要吃眼前亏。

吃眼前亏，是牺牲眼前利益甚至面子、尊严，以换得长远目标的实现。试想，一个人在无人的夜里遇到数名持刀的歹徒，呼天天不应，叫地地不灵的情况下，是奉行"好汉不吃眼前亏"的古训，还是哪怕寡不敌众、敌我力量悬殊也要奋起抵抗，结局截然不同。

"好汉要吃眼前亏"，东汉开国名将韩信有个很有名的故事。韩信很小的时候就失去了父母，主要靠钓鱼换钱维持生活，经常受一位漂洗丝棉老妇人的周济，屡屡遭到周围人的歧视和冷遇。一次，一群恶少当众羞辱韩信。有一个屠夫对韩信说：你虽然长得又高又大，喜欢带刀配剑，其实你胆子小得很。有本事的话，你敢用你的佩剑来刺我吗？如果不敢，就从我的裤裆下钻过去。韩信自知形单影孤，硬拼肯定吃亏。于是，他当着许多围观人的面，从那个屠夫的裤裆下钻了过去。史书上称"胯下之辱"。试想，如果韩信当初不吃这个眼前亏，被打成个残废，又哪有后来叱咤风云的大将韩信呢？

留得青山在，不怕没柴烧。在危机面前保持理智，不逞一时之勇，能屈能伸方是大丈夫。

高贵的喜鹊

——学习能屈能伸

一只喜鹊在一棵高大的树上筑了一个坚实、漂亮、温暖的巢，它和它的妻子孩子幸福地生活在里面。寒冬来临了，狂风呼啸，异乎寻常的猛烈。喜鹊的巢被暴风吹落在地，摔坏了。喜鹊和它的妻子立即行动重新修筑。但是狂风不住，大地冰封，要找到筑巢的泥几乎是不可能的。它想用自己的唾液去活泥，可连土都被冻上了。麻雀说："你还是先在农人的草垛里躲躲吧，等风停了雪住了再说。"喜鹊看了看农人那丑陋肮脏的柴草堆，撇撇嘴，不屑一顾地说："我高贵的喜鹊，怎能住这丑陋的草垛，怎能与你这下贱的麻雀挤在一块儿呢？"

它继续努力筑巢，可一次又一次被风吹坏，最后，能量耗尽的喜鹊被冻死在寒风中。

分 析

俗话说,能屈能伸才是大丈夫，此言不虚。

历史上因能屈能伸成大事的事例比比皆是。

春秋末年，越王勾践败于吴王夫差，为了保住性命，卑身事吴，去做夫差的奴隶，忍受了无数的屈辱。后来，在谋士范蠡和文种的帮助下回归越国。经十年生聚，十年教训，三千

越甲终吞吴，越王勾践因此成就霸业。

还有一个反面的教训，那就是楚霸王项羽。垓下兵败之后，他单骑至乌江，江东父老派船接他，而他则以自己失利无颜见江东父老为由，刎颈自杀，留下千古遗憾。

后人多有感慨，认为他若回江东重整旗鼓，再与刘邦争锋，到底鹿死谁手，尚难断说。虽然历史不能假设，但项羽的失败还是给了我们太多的启迪。

这里，我们必须明确的是“能屈能伸”并不是根本原则和战略改变。事实上，“能屈能伸”正是自己根本原则和战略的坚持和贯彻。我们知道，客观环境瞬息万变，外在的条件已经发生变化了，如果我们还一味地按先前的方式、方法、思维去分析和解决问题，其结果必然是事倍功半。那么如何在变化已经发生的情况下，使制订的战略、计划得以实现呢？这就需要“能屈能伸”思维去考虑下一步的行动。

“能屈能伸”所体现的是一种灵活性与原则性的结合，是矛盾的统一。

多嘴的青蛙

——言多必失

池塘里有一群青蛙，其中有一个叫科比的最爱说话，一天到晚呱呱地讲个不停。大家都对它烦得要命，科比反而自鸣得意，认为自己的口才好极了，无人能及。炎热的夏季，一条蛇来到池塘边。在它的袭击下，青蛙一只只地减少，大伙都吓得东躲西藏，不敢吭声。科比忍不住，依旧没完没了地讲个不休。蛇闻声而至，一口把科比吞到嘴里。临死前，科比哀叹：“要是管得住我的嘴，也许不会落到这个下场啦！”

分 析

这则寓言说明了言多必失的道理。

中国有句古话：祸从口出。话说多了，说话者往往会忘乎所以，甚至信口开河，这就免不了出错。

言多必失的例子，在古今中外不胜枚举。当然，我们也不能因噎而废食。在现实生活中，有许多人惟恐自己说错话、办错事，平时谨小慎微、沉默寡言，遇到需要迅速解决的危机，往往一筹莫展、徘徊四顾、裹足不前，究其原因，就是怕言多必失，说错话、办错事，这种人，事实上又走向了另一个极端。在现实生活中，必要的沟通、协调、了解是必需的，有许多一流企业由于团队间没有进行充分的沟通、协调，使得项目难以为继。

言多必失，提醒我们，在人的社会生活中，要全力以赴、认真切实地去面对每一件事，每一句话。该说的、该做的，要说一千遍，做一万遍；不该说的，不该做的，尽管让人有心跳的诱惑，也不能说，不能做。这里就存在一个标准，哪些该说、哪些该做的标准。

这里提供以下几条标准：

1.是否有利于问题的解决。

2.是否有利于社会、企业、个人的进步。

3.是否有利于社会、企业、个人的利益。

如果符合上述标准，就是说，还要干；如果有一条不符合，则要慎思。

因此，少说话，多干事，是成功的秘诀之一。

睿智的老猴

——善于倾听

猴子王国是一个出演说家的国度，健谈者不计其数。它们可以围绕某个话题争论不休，一个又一个滔滔不绝的辩手各展口才，把森林吵得不得安宁。

不知什么原因，天气在变坏，森林里的生物在减少，王国面临生存危机。国王下令让猴子们讨论一下该怎么办，猴子们当即炸了锅。随后便提出了几个方案，一是坚守；二是向邻国发动战争，掠夺资源；三是加快科研步伐，改良事物，扩大食物品种。围绕这些话题，正反双方进行了数百轮的激辩，谁也没能说服谁，王国一片混乱，无所适从。一个叫默臣的老猴什么也没说，它告诉家人准备迁到别的森林，当大家仍在吵嚷的时候，它们家族已经备好行装，准备另寻出路。猴王问它为什么？默臣回答道："我听了大家的辩论，都有道理，但我还听到别的。我在树上听到了老虎说过森林在缩小，它已猎不到足够的食物准备搬走了；我听到苍鹰说，几十个伐木队正在往森林开来；我听到喜鹊说，人们准备把森林变成良田。人来了，没我们的生存空间了，走吧！"所有的猴子都不说了，都灰溜溜地跟着老猴子搬家了。

分 析

这个故事告诉我们，最有价值的人，不一定是最能说的人，却一定是最会倾听的人。

苏格拉底说："自然赋予我们人类一张嘴，两只耳朵，也就是让我们多听少说。"善于倾听，才是成熟的人最基本的素质。

善于倾听的人，能够听到有价值的意见，听到逆耳忠言，伏尔泰说："耳朵是通往心灵的路。"做一个倾听者吧。

倾听，对自己是汲取力量，对他人是理解和尊重。倾听，才能沟通。社会生活中的人们都有着倾诉的需要，倾听则是对这种需要的满足。倾诉是人的本能欲望，而倾听则是后天的修为，它需要我们替别人着想，给他人一个充分发表自己意见的机会，更需要我们拥有一颗宽容、明智的心。

唐太宗李世民就是个善于倾听的典范。他勇于任用犯颜直谏的魏征，他广开言路，虚心纳下，政治清明，开创了贞观盛世，留下了一世圣主英名。

有一位马夫每天都要对一匹老马喃喃诉说他的欢乐和苦恼。后来，老马死了，马夫竟然发疯了。或许，对一个人的惩罚莫过于剥夺他倾诉的权力。

现代社会是个匆忙的社会，很少有人能静下心来听听别人在说什么。我们常常看到两个人吵架，不管是街上的对骂，还是办公室里两种不同意见的争执，总是两方争着表达自己的观点，申诉自己的理由，不肯去听听对方说什么。往往是谈话开始时莫名其妙，结束时乱七八糟。

倾听是一种修养，更是今天社会里一种稀缺的资源，拥有它，也就踏上了通向成功的道路。

鹰和喜鹊

——学会处理与上级的关系

老鹰与喜鹊无论从哪方面，包括性格、谈吐、情趣乃至服饰都截然不同，一个偶然的机会使它们在偏僻之处相遇了。喜鹊很惧怕，幸好老鹰已用过餐，而且吃得相当饱。喜鹊为讨老鹰喜欢，就建议道："让我们结伴而行吧，就是统治宇宙的朱庇特，也经常有烦恼的时候，大家一路同行，您就不会感到寂寞。路上可以聊聊天嘛！"为了讨好鹰，绕舌的喜鹊没完没了地说开了，它东家长、西家短，什么都评论到了，信口开河，滔滔不绝。

喜鹊提醒老鹰注意这、提防那，边说边跳，手舞足蹈，它可真称得上是个好密探，可惜所讲的事情并不让人喜欢。老鹰忍无可忍，生气地对它喝道："你还是在你原来的地方待着吧！"喜鹊听到此话，明白自己的处境不妙，赶紧灰溜溜地离开了老鹰。

分 析

寓言中的喜鹊想方设法讲故事、说见闻，给老鹰排遣寂寞、讨好老鹰。可是马屁没拍好，让老鹰忍无可忍。喜鹊显然没有学好处理与上级的关系这门学问。

据说拿破仑当年最讨厌别人拍他的马屁，所以喜欢谄媚、奉承的人也绝难受到他的重用。有一次，随从之一对他说："将军，您是最讨厌别人对您拍马屁的吧？"拿破仑笑着回答："是的，一点也不错！"

可事后，拿破仑却不得不承认，这就是一记最好的马屁，而自己竟笑着接受了。于是颇为感慨地叹道："讨厌别人对自己拍马屁的人真是少之又少啊！"

事实上，现今社会要在残酷的竞争中生存下去，恰当的恭维是正确处理人际关系的妙招，当然马屁要拍得恰到好处，不能拍得过分，拍得惹人厌。上司也是人，他欢迎你多与他沟通交流，你可以"不惟书、不惟上、只惟实"，只要讲求策略，老板也并非说不得。许多年轻的老板更愿意倾听下属的建议，他们有民主、开放的心态，对下属的有益建议，只要符合客观实际，有利于问题的解决，他们会毫不犹豫地作出明智的抉择，并以强有力的执行力加以贯彻。但这是需要我们注意的是，任何的建议、沟通、交流都是建立在"不惟书、不惟上、只惟实"的基础之上的，只有这样，应有的社会效益和经济效益才会彰显。

卖梳子的故事

——培养创新意识

有一个公司招聘推销员，很多人去参加面试。经理出了一个题目：让他们用一天的时间去推销梳子，向和尚推销。很多人都说这不可能，和尚是没有头发的，怎么能向他们推销？于是，很多人都放弃了这个机会，只有三个人愿意试试。

三天后，他们回来了。第一个人说："经理呀，我推销了一把梳子。"经理说："你

告诉我你怎么向和尚推销的？”第一个人说：“我到处同和尚讲，我们的梳子是多么多么的好，对头发是多么多么的好，结果那些和尚都骂我神经病，说我笑他们没有头发，赶我走甚至要打我。我很绝望，这时候我看到一个小和尚，头上生了很多脏东西，很痒，在那里用手抓。我就告诉他，抓头要用梳子抓，就卖出了一把。”

第二个人也回来了，他说：“经理呀，我卖出了10把梳子。”经理说：“你怎么向和尚推销的？”第二个人说：“我想了很多办法，后来我到了一个最高山的寺庙里，我问和尚，这里是不是有很多人拜佛？和尚说是的，我又问他，如果他们的头发被山风吹乱了，拜佛尊敬不尊敬？和尚说当然不尊敬。我说你知道了也不提醒他，是不是一种罪过？他说当然是一种罪过。于是我建议他在每个佛像前摆一把梳子，游客来了梳完头再拜佛！一共10个佛像，我卖出去10把。”

第三个人回来了，他说：“经理呀，我卖出了1000把梳子！”经理说：“你告诉我你怎么卖的？”第三个人说：“我到了最大的寺庙里，直接跟方丈讲，你想不想增加收入？方丈说想。我就告诉他，在寺庙最繁华的地方贴上标语，捐钱有礼物拿。什么礼物呢，一把功德梳。这个梳子有个特点，一定要在人多的地方梳头，这样才能梳去晦气，梳来运气。于是很多人捐钱后就梳头，一下子就卖出了1000把。”

分 析

这则寓言体现的是创新思维的力量。

按照常规的思维模式，向和尚卖梳子原本是无稽之谈。和尚没有头发，和尚怎么可能买梳子？定式思维告诉我们，梳子只有一种用途，那就是梳头发用，而具有创新意识的人则会想到它还可以用作纪念品，用作其他用途，可以创造比普通梳子多得多的价值。

美国心理学家S.阿瑞提认为：“创新意味着创造一种过去没有的东西。”

在创新之前，要超脱逻辑的羁绊，走出常规的思维模式，这样才能获得更多的可能性，并由此产生许多的奇思异想。

具有创新意识的人，常常想出一些让人拍手称奇的妙招。英国著名小说家毛姆就是这样一个人。

未成名前的毛姆生活非常贫困。他虽然写了一部很有价值的书稿，但出版后无人问津。

为了引起人们的注意，毛姆别出心裁，在各大报刊登了如下的“征婚启事”：本人喜欢音乐和运动，是个年轻又有教养的百万富翁，希望能和毛姆小说中的主角完全一样的女性结婚。几天之后，全伦敦的书店再也买不到毛姆的书了，已被女士们抢购一空。

毛姆的推销妙术正是创新意识的体现，如果没有毛姆当初的智慧，那本作品也许至今仍被湮没在浩如烟海的文学作品中，很少有人注意到它的价值，而毛姆这个名字也可能早已被人遗忘了。

聪明的沙利

——学习逆向思维

池塘里的鱼和虾发生了激烈的战斗，虾利用头上的尖刀屡次击败鱼群。个头比虾大的鱼

觉得特别窝囊，可面对虾的尖刀无可奈何。

一条名叫沙利的鱼突然说:“难道它们的屁股上也有尖刀吗？没有。我们何不从它们的背后实施攻击？”一语点醒梦中鱼。于是鱼群兵分两路，一路正面进攻诱敌，一路绕到虾群背后攻击。这一次，鱼群获得了前所未有的胜利，沙利成了鱼群的英雄和首领。

分 析

寓言中的沙利采取的是典型的逆向思维方式。

所谓逆向思维，是指人们为达到一定目标，从目标结果出发来思考问题，从中引导启发思维的方法。

天真无邪的孩子，脑袋里没有许多条条框框的束缚，容易采取最简单也是最聪明的办法解决问题、达到目的，而成年人则习惯于沿着事物发展的固有方向去思考，使问题的解决变得遥遥无期。

事实上，很多靠正常思维不能解决的难题，如果使用逆向思维会迎刃而解，而一些正常思维虽能解决的问题，在逆向思维的参与下，过程可以大大简化，效率可以成倍提高。逆向思维有悖于通常人们的习惯，它就像战争中的奇兵，往往出奇制胜。

历史上有很多故事就是逆向思维的典范。

司马光砸缸，人们都想着救人，司马光想到了砸缸。曹冲称象，别人都想如何直接称象，曹冲反过来考虑到了大象的等重量物，也就是一堆石头如何称。

新式破冰船的发明更是典型的逆向思维的产物，传统的破冰船都是依靠自身重量压碎冰块，船首用高硬度材料制成，设计得十分笨重，转向非常不便，所以这种破冰船非常怕侧向的流水。

科学家运用逆向思维，变向下压冰为向上推冰，即让破冰船潜入水下，依靠浮力从冰下向上破冰。新的破冰船设计得非常灵巧，不仅节约了许多原材料，而且不需要很大的动力，自身的安全性也大为提高。遇到较坚厚的冰层，破冰船就像海豚那样上下起伏前进，破冰效果非常好。这种破冰船被誉为“本世纪最有前途的破冰船”。

在你陷入思维定式一筹莫展的时候，不妨换个角度想问题，逆向思维常常会帮上你的大忙。

北风和太阳的较量

——学会以柔克刚

北风和太阳争辩谁最有力量，它们商定，谁先脱下旅人的衣服，谁就是胜利者。北风先试它的力量，用力猛吹。但是风越大，那旅人将他的大衣裹得越紧。最后，北风放弃了，请太阳出来，看看它的本事。太阳很快发出它所有的热力。不久，那旅人感受到太阳暖和的光线，便将衣服一件件脱下，最后，热得受不了啦，就脱光衣服，到路旁的河里洗澡去了。

分 析

这则寓言说明了一个以柔克刚的道理。

北风希望用蛮力吹掉行人的衣服，如果和它比蛮力，太阳自然只能甘拜下风，但是太阳避其锋芒，专攻其软肋，给行人以北风所不能给的温暖，结果最终的成功属于太阳。

以柔克刚是面对强手时克敌制胜的有效招数。这已经被很多军事、商业上的事例证明了。

例如位于深圳的AEON合资公司——深圳吉之岛友谊百货有限公司与沃尔玛超市展开决战前，前者在实力稍弱的情况下举起了“以柔克刚”的大旗。

作为世界零售业第一品牌的沃尔玛在价格上占有绝对优势，并已经在中国购买了100亿美元的商品，这是AEON在中国采购额的5倍多。同时，沃尔玛已经开始从中国政府那里获得了某些优惠政策。

在如此困难的条件下，AEON如何进行市场竞争？

AEON进行综合分析比较后，提出了它的经营策略：日常用品价格与沃尔玛相同，其他领域商品以高品质为卖点，不断充实沃尔玛所没有的商品。

特别是，它把主要力量投入在备齐顾客最大的来店动机——食品的种类上，其中就包括很受中国人欢迎的2000余种日本食品。仅这些就占食品种类的20%。而深圳的沃尔玛这一比率尚不足10%。

另外，由于深圳有不少川籍居民，因此AEON专门向成都派遣了采购人员，进一步充实了四川人喜爱的辣味食品。有1/4的AEON商品“在沃尔玛无法买到”。

在设施方面，AEON的标语是“创办较沃尔玛更加方便的超市”。它的主通道的宽度是沃尔玛的1倍左右。设置了9个出入口，而沃尔玛超市多为一个入口和出口。

AEON没有能力和沃尔玛在价格上竞争，如果在零售商品上打价格战的话，就像用鸡蛋去碰石头，是自找苦吃，非头破血流不可。AEON看到这一点，巧妙地采取以柔克刚之术，寻找克敌制胜之机。这是一个相当聪明的决定。

聪明的狐狸

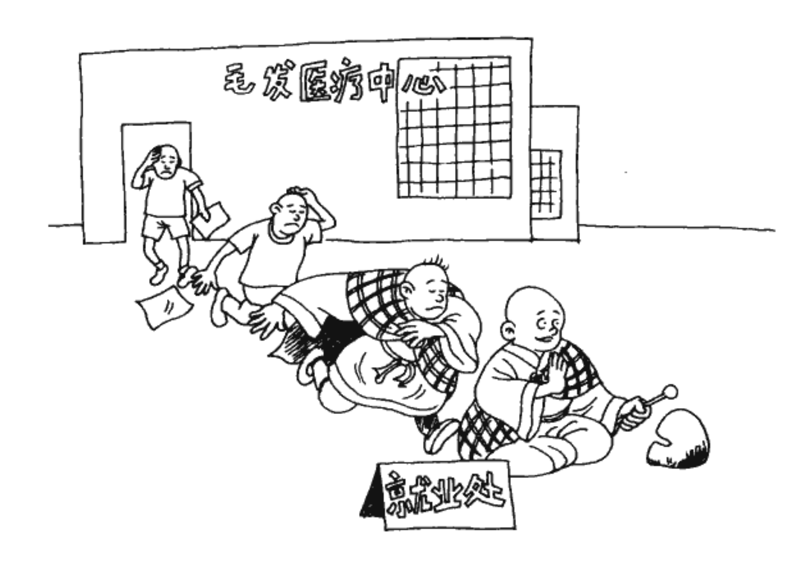
——善于动脑

狐狸是动物世界里不大不小的家伙，它没有雄狮的力量，也没有骏马的速度，更没有苍鹰的翅膀，可它却生活得很好，因为它有比别的动物更聪明的大脑，而且它还意识到这一优势。

一天狐狸在森林中遇到老虎，想逃已不可能，只好大着胆子走上前，对老虎说：“你敢吃我吗？我是上帝派来管理百兽的。”老虎根本不信。狐狸说：“你跟在我后面一看便知！”老虎好奇地跟着狐狸。森林中的百兽见老虎来了，四处逃窜。“怎么样，老虎，我没骗你吧！”老虎信以为真，放了狐狸。

分 析

这则寓言说明，善于动脑，同样的事就会有不同的处理方法，也就会带来截然不同的结果。



善于动脑子，是一种思维习惯，更是成功者的一种素质。

别人可以夺走你的一切，惟独不能夺走的是你的大脑，大脑中的智慧是你一生的财富。

众所周知的基辛格为人做媒的小故事，就再次上演了类似的精彩。

一次，基辛格主动为一位农夫的儿子做媒。他对老农说：“我已经为你物色了一位最好的儿媳。”

老农回答说：“我从来不干涉我儿子的事。”

基辛格说：“可这姑娘是罗斯切尔德伯爵的女儿（罗斯切尔德是欧洲最有名望的银行家）。”

老农说：“嗯，如果是这样的话……”

基辛格找到罗斯切尔德伯爵说：“我为你女儿找了一个万里挑一的好丈夫。”

罗斯切尔德伯爵忙婉拒道：“可我女儿太年轻。”

基辛格说：“可这位年轻小伙子是世界银行的副行长。”

“嗯，如果是这样……”

基辛格又找到世界银行行长，道：“我给你找了位副行长。”

“可我们现在不需要再增加一位副行长。”

基辛格：“可你知道吗？这位年轻人是罗斯切尔德伯爵的女婿。”

于是世界银行行长欣然同意。

谁能想到，农夫的穷儿子摇身一变，成了金融寡头的乘龙快婿，世界银行的副行长呢？

骏马、猴子和山羊

——要有发展的舞台

一匹骏马流落到深山中，孤独的它结识了一只猴子和一只山羊。深山中树林茂密，山路崎岖，马在这里几次被藤缠住，还有几次差点摔下悬崖。

猴子和山羊都嘲笑它，说它个头虽大但没什么本领。为了找到一小片草地，它不得不麻烦山羊为它探路；为了吃到树叶，它不得不让猴子帮忙，猴子和山羊虽暗中笑话它，但它们毕竟是善良的，还是热心地为马解决遇到的难题。

一天它们走出大山，来到一片广阔的草原。马凭它灵敏的嗅觉，为山羊找到最肥美的草地，为猴子找到结满果实的瓜田，它们快乐地生活在一起。

一天夜里，一匹狼前来偷袭，猴子被逼到十分危险的境地，马高呼着，让猴子爬到自己的背上，然后与山羊一起冲出去。当狼快要抓到速度不快的山羊时，马一蹄子把狼给踢了出去。受伤的狼灰溜溜地逃走了。

分 析

每个人的潜能都是无限的，关键是要找到一个能充分发挥潜能的舞台。树林是猴子的舞台，峭壁与山路是山羊的舞台，而广阔的大草原则是骏马的舞台。

事实上，同样的道理对人也是适合的。同一个人，既可能成为大展鸿图的青年才俊，也可能成为郁郁不得志的“落难英雄”，关键就在于你是否找到了适合你发挥的舞台。

一个人的知识结构、学术背景、性格气质等，都存在着对不同环境、不同工作、不同合作伙伴的适应性差异。许多情况下，这些都可能成为制约个人发展的瓶颈。因此，正确认识自己，对自己的条件进行细致的解剖，才能找准一个允许你尽情展示实力的空间。

天生我才必有用，每个人都不必怀疑这一点。

前微软中国公司总经理吴士宏说：“中国有太多的优秀人才，许许多多平凡人的一生中都充满了突然发现和奇遇，有着许多埋藏在每个人心底的动听的、抑或是悲惨的故事。很多人天份很好，可能有着与我相似或者更艰难的经历，有些可能也会随机遇慢慢地浮出水面，找到自己在社会上的一个显眼或不显眼的舞台。可是许多人在未找到这样一个聚焦点之前，永远只能是藏龙卧虎。”如果你还是藏龙卧虎，那多半是因为你上错了舞台，与其在拥挤的舞台上跑龙套，还不如选个适合自己的舞台来展现实力。舞台不在乎有多大、多繁华，适合自己的才是最好的。

蜘蛛和风湿病

——找到适合的空间

阎王爷造出了风湿病和蜘蛛后，对它们说：“孩子们，你们为自己骄傲吧，因为人类只要提起你们，个个感到毛骨悚然。现在你们可以给自己找个落脚的地方了，是居窄小的破房，还是住金碧辉煌的宅院？你们可以分配一下。

蜘蛛说：“我根本不喜欢那小屋。”而风湿病则相反，日夜通风的小破房对它来说求之不得，于是找了一破房，高高兴兴地安居在一个穷人的脚趾上。

风湿病说：“我不认为这地方没我的用武之地，我不可能卷铺盖走人，因为像希波克拉特这样的著名医生总不可能跑到这里来赶我走。”蜘蛛呢，在富家大院的大厅檐下安顿了下来，那架势，仿佛要在这里住一辈子。它放下行李就开始了辛勤的工作，布下了它美丽的网，小虫也被它捉住了。可没想到一个女仆发现了它，只要它一结网，女仆就把网扫掉，可

怜的蜘蛛只好天天东躲西藏。不得已，在屡屡失败后蜘蛛只得去找风湿病求助。而风湿病比起不幸的蜘蛛来，还要差千百倍。它的主人不是带它去砍柴就是锄地，风湿病想起来头皮都发麻，它说自己还想请蜘蛛关照一下呢。

风湿病说："唉呀，这里我是一天也不能再待了，蜘蛛妹妹，我们还是换一下住处吧！"蜘蛛正求之不得，它二话没说，赶紧答应并溜进了破旧房，在这里总算碰不到那常让自己搬家的讨厌扫帚了。而风湿病则更简单，就住在大院里的一位司教身上，并折磨得他从此卧床不起，大夫敷的药也不管用，病是越来越重了。

它们就这样十分明智地交换了各自的住处，并找到了各自能够生存的环境。

分 析

这则经典寓言讲的是一个能提供适合自己生存、发展和发挥才能的空间至关重要。

姜子牙率兵反抗纣王失败后，流落到旧相识林虎家里避难。姜子牙住在林虎店里，不想靠别人生存。子牙认为："复杂的事我也干不了，不如卖面吧，从磨房里买几袋面，担到街上去叫卖，只要能换口饭吃就可以了。"

于是他就担上面粉，上街叫卖去了，他从东市挑到西市，又从北街转到南街，竟没有碰到一个买面的。等到日落，他只好拖着沉重的步子回来，闷闷地吃了饭蒙头睡去。

第二天早上，他又担上面粉走街串巷，结果又是整整一天没卖掉一两。眼见得又近黄昏，他觉得实在倒霉，便将面担子停在一棵大树下，坐在扁担上歇息。这时候，忽然从东面飞奔来一辆战车，四匹惊马发疯似的狂奔，车上却无人驾驭。姜子牙见状不妙，急忙躲避，但已经来不及了。车马闪电般从他身边驰过，车轮从面担子上轧了过去。掀起的风浪把撒在地上的面粉刮得四处飞扬。姜子牙也被马车挂倒在路边，不能动弹。待他挣扎着爬起来时，车已不知去向，只剩下被碾烂的箩筐、砸断的扁担和满地的面粉了。姜子牙气极，大叫一声："苍天啊！你莫非要我死！"便晕了过去。

数日后，朝歌东市猪肉看涨，不少生意人去外地贩猪，运来倒卖，赚利不少。姜子牙听说大喜，去乡间买回20头生猪，昼夜不停地赶到朝歌。等他到达东市，东市的猪已经无人问津了。原来这几日猪瘟流行，市人听说猪有瘟病，便不买猪肉了，生猪也就没人要了。姜子牙的20头生猪果然也染上瘟病，两三天内全都死亡。

后来，姜子牙遇到文王，凭借文王提供的空间，施展自己独有的才能，辅佐文王征伐天下，不断取得胜绩，留得一世英名。

老鹰和猫头鹰

——说话不能太离谱

老鹰和猫头鹰认识到血腥的残忍之后，决定不再互相攻击。一个用鸟中之王的信誉担保，一个则以枭族的誓言承诺。

"你认得我的孩子吗？"猫头鹰问道。

"不。"

"真糟糕！"猫头鹰叹息道："我很为孩子们的性命牵挂，保住它们的命真靠运气了。

“因为你是百鸟之王，不会把这种小事记在心上，假如你遇到我的孩子，而又不认识它们，那它们的小命一准送掉。”

“你把它们的样子讲给我听听，”老鹰提议说：“要不然指给我瞅瞅也行。我向你保证，我不会伤害你的孩子。”

猫头鹰以未来母亲的身份说道：“我的小东西长得娇小动人、漂亮可爱，它们有着迷人的眼睛和动人的歌喉。单说这些特点你就能轻易地辨认清楚了。请记好了，千万别忘掉，要不然，死神就会到我家中，把死亡降临在它们头上。”

没多久，上帝把孩子赐给了猫头鹰。有天傍晚，猫头鹰离家外出给孩子寻食，老鹰正巧看到一座塌了的房子的洞中，有几个长得怪模怪样的小东西，它们面目丑陋，神态阴郁，发出的叫声阴森森的。老鹰见状说：“这肯定不会是我朋友的孩子，把它们做了晚餐吧！”老鹰干这种事从来都是干净利索。

不一会儿，猫头鹰回家了。天啊，它看见自己的心肝不知被谁吃掉了，伤心得昏了过去。它哭诉给大家听，并向神哀告，祈求严惩这丧心病狂的强盗。

这时有街坊对它讲：“你还是反省反省自己吧。你总是觉得自己的孩子漂亮可爱，比别人家的好。谁让你在老鹰跟前把自己的孩子夸奖得像朵花？而事实远不是这样。”

分 析

这则寓言告诉我们说话不能太离谱。

猫头鹰还没有做妈妈，就先夸奖起她的孩子来：“我的小东西长得娇小动人、漂亮可爱。”说得多么动听，然而却是不着边际，和事实相差得太远！结果吃亏的不是别人，而是吹牛的猫头鹰自己啊。

比如，某家实力并不强大的空调生产商，以行业领袖自居，打出广告说自家生产的空调是“中国最便宜的空调”。这样的广告语给人留下的是浮华不实的印象。广告语要给人实在的感觉，不要让人觉得你在吹牛。

其实，广告语如此，平时我们在生活也要讲究说话的准确到位，不要让人觉得模棱两可，给人留下华而不实、脱离实际的印象。

朋友，记住，注意你自己的每一句话是不是准确到位。

小老虎逮野猪

——打好基础

刚刚学会跑步的小老虎，看到爸爸妈妈捕猎时的利索劲，羡慕极了。它嚷嚷着要跟妈妈一块儿出去捕捉野兽。虎妈妈严肃地说：“你现在还不行，老老实实待在家里。”委屈的小老虎只好回到山洞，不甘心地站在洞口，想找个机会尝试一下。一只野猪从洞前经过，小老虎想，我逮头野猪让妈妈看看。它跳跃着冲过去，张口就咬。野猪皮坚肉厚，根本咬不透，还因此惹怒了野猪。虎猪一场大战，小老虎遍体鳞伤，四处奔逃，幸好虎妈妈及时赶到，小老虎才脱离危险。

虎妈妈狠狠地把小老虎训斥了一番，告诉它：“你奔跑的速度没练出来，你牙齿的力量

没练出来，就想捉野猪，不要命了你?”小老虎知错后，在妈妈的帮助下，它先学捉兔子、捉狐狸，然后去捉羊、鹿。两年后，小老虎终于杀掉了那只让它恨得咬牙切齿的野猪，成为森林之王。

分 析

这则寓言告诉我们打基础的重要性。

就拿射箭来说，学习射箭必须先练眼力，基础的动作扎实了，应用就可以千变万化了。个人的发展也是这样，先老老实实地学好基本业务，熟谙基本人事关系，以后才好大展鸿图。

成功有如塔尖，如果只想往上爬，打不牢基础，不等你爬到塔尖，塔就会倒塌。要想取得辉煌的成就，一定要有坚实的基础。

文艺复兴时期卓越的代表人物、三杰之一达·芬奇的故事就为上面的话提供了佐证。

达·芬奇出生在佛罗伦萨附近的一个小镇。他从小爱好绘画，父亲送他到佛罗伦萨，拜名画家佛罗基奥为师。

老师不是先教他创作什么作品，而是要他从画蛋入手，他画了一个又一个，足足画了十几天。老师见他有些不耐烦了，对他说：“不要以为画蛋容易。要知道，一千个蛋当中从来没有两个形状是完全相同的；即使是同一个蛋，只要变换一下角度去看，形状也就不同了。比方说，把头抬高一点看，或者把眼睛放低一点看，这个蛋的椭圆形轮廓就会有差异。所以，要在画纸上把它完美地表现出来，非得下一番苦功不可。”

佛罗基奥还说：“反复地练习画蛋，就是严格地训练用眼睛细致地观察形象，用手准确地描绘形象，做到手眼一致，不论画什么都能得心应手了。”后来达·芬奇用心学习素描，创作出许多不朽的名画，成为一代宗师。

如果没有这些艰苦的打基础的过程，大师就无以成为大师，就不可能取得让世人瞩目的成就。不要惧怕打基础时的艰苦和默默无闻，因为那是成功的必经之路。

壮壮捕鹿

——把握好时机

小老虎壮壮年纪不大，却是个捕食能手。它猎羊抓鹿，十分能干。

一次，小老虎壮壮来到山腰，见有两只鹿正在那里拼命厮打着。它们时而互相猛扑，时而互相咬住脖颈不放。

小老虎壮壮正要上前抓其中一只。与它同行的虎妈妈连忙拉住它，说：“且慢！”

小老虎壮壮说：“还等什么？现在两只鹿正在厮打，我乘它们不备咬住一只。不然的话，这两只鹿一会儿平静下来，重新和好，我不一定能不能对付得了它们呢。”

虎妈妈说：“最好的时机还没到。你想，两只鹿真的动怒拼打，弱些的肯定会被杀死，而强些的那只鹿也会受伤。等到它们死的死、伤的伤，你再行动，这两只鹿就都属于你了。”

小老虎恍然大悟。原来虎妈妈给壮壮出的是一个只需付出咬死一只鹿的代价，却能收到杀死两只鹿的主意。这真是一个好主意！

分 析

这则寓言告诉我们，做事情善于分析矛盾、把握时机，就能收到事半功倍的效果。

李嘉诚就是这样一位智者。

作为创业的第一步，他选中了自己非常熟悉的塑料业。塑料是二次世界大战后的新兴产品，由于它具备便于加工、经久耐用和价钱便宜的优点，有着很大的发展前景。李嘉诚的长江工业有限公司生产的塑料花因物美价廉，很快打入国际市场，十分畅销。

与此同时，香港作为世界最大的自由港之一，具备世界上最先进的现代通讯网络，又北靠中国内地广大疆域，面向南海，是东方航运枢纽，其地理位置的优势，少有其他地区可比。

李嘉诚看准香港将出现经济的空前大繁荣，而香港乃一弹丸之地，势必带动房地产热，寸土寸金的时刻即将到来，于是他从1958年开始，步步为营，有计划、有选择地低价购买房地产、土地，并创办了长江实业(集团)有限公司。长江实业公司的高级职员就说，李嘉诚的成功首先就在于懂得掌握时机，乘机吸纳。

香港地产建设商会会长和香港中华总商会副会长、全国政协常委霍英东同样是个能够把握时机的人。

朝鲜战争的爆发，使香港航运业的国际地位更加突出。20世纪50年代初，历经多次挫折而成熟起来的霍英东看准这一机遇，设法筹措资金，倾全力经营航运业务，由于时机选得准，业务发展迅速，很快便成了当时香港航运业的巨子。

把握好时机，你就完全可能轻松成功。而不顾时机，只知埋头苦干或盲目投机，往往费力不讨好。

螳臂挡车

——做事要量力而行

一只螳螂力大无比，击败了螳螂王国的所有勇士。这只螳螂傲慢地在树上散着步，并对其他螳螂说：“这个世界上还有比我力气大的吗？高处不胜寒，连个对手都没有，孤独啊！叫我孤独求败吧！”这时，一只小螳螂指着远处说：“孤独求败，路上驰来一辆车，你能把车给挡住吗？”

“这有何难，看我的！”孤独求败说着就跳下树来，站在路中央。

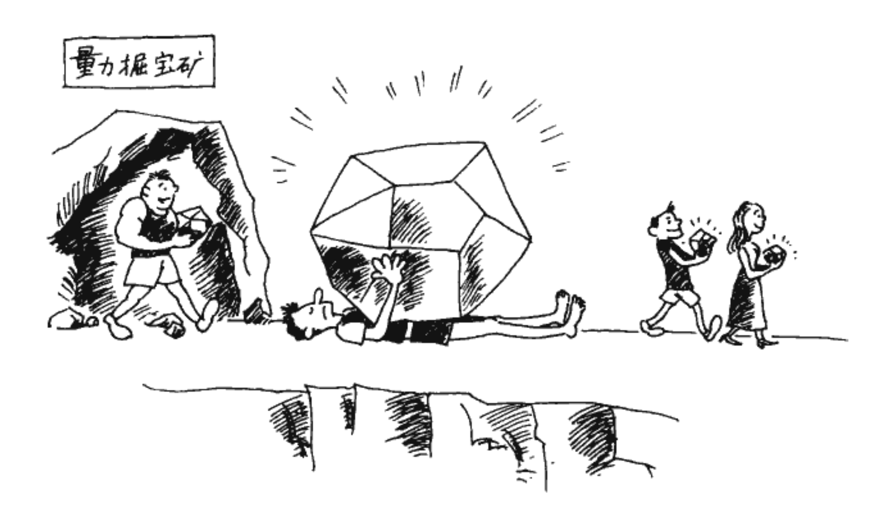
马车过来了，赶车人根本没看到这个站在路上气势汹汹的小东西。

孤独求败见车夫如此藐视它，十分生气，举起大刀。可是还没等刀碰到车，车轮已把它碾成肉泥。

分 析

这则寓言说明了做事要量力而行，不应逞强的道理。

春秋时期，有两个诸侯国，一个是郑国，一个是息国。公元前712年，息国向郑国发动了战争。这两个诸侯国虽然都很小，但息国的人力与物力比郑国要少得多，军力也要弱得



多。战争自然以息国的失败而告终。

如果没有实力做好某件事情，那么即使把自己打扮得再有力量，也是白费劲。

万通集团的老总冯仑说，万通的做法非常简单，即缩小规模，把那些该清理的东西都清掉，承认小买卖就是小买卖。这是一种正确的态度，但是恰恰为很多企业所缺乏。

那种要想生存发展就必须做大做强的思想是错误的。在这种经营思想指导下，企业常常采取发展型战略进行盲目扩张。这在企业生命周期的高峰期会取得一定成果，但在低潮期就适得其反，后果不堪设想。企业战略只有选择最佳时机，采取谦虚冷静的心态，以真正的实力来迎接挑战，才能取得成功。

怎样清除企业发展过程中的虚荣心呢？冯仑认为，要用常识来战胜常情。真正认清楚自己的企业是个什么状况，在市场竞争当中处于什么位置，面对报表，实事求是，然后把规模缩小，把那些多余的动作、多余的资产、多余的想法全部都割舍掉，事情就变得非常简单，接下来就会顺利地有新的发展。在这个过程中，民营企业家要逐步地变成一个商人，而不是一个江湖大哥，更不是一个媒体上的企业家，而应该变成报表上的企业家。

和虎交朋友的樵夫

——谨慎择友

从前，有个樵夫在山间打柴，忽然遇见一只老虎，吓得瘫坐在地。那只老虎并未上前吃他，而是温顺地来到他面前，用虎头轻轻地碰那樵夫，然后张开口。樵夫回过神来，便大了胆向虎口中望去，原来老虎因吃一个妇女，被妇女头上的簪子卡了喉。樵夫便细心地为老虎取出卡喉的簪子。老虎激动得热泪盈眶，说："樵夫哥哥，我以百兽之王的'人'格担保，一定要好好报答你。"并强烈要求与樵夫结拜为兄弟，樵夫答应了它。

从此以后，每隔两三天，老虎总要到樵夫家去一趟，把猎到的羊、鹿、兔送给樵夫。樵夫的母亲看到了，劝儿子不要与老虎交朋友。樵夫说："妈妈，你看老虎兄弟待我们多好

啊，没事的。”

天气冷起来，老虎猎食越来越困难了。一天深夜，饥饿的老虎窜到樵夫家，把樵夫和他母亲全吃掉了。

分 析

这则寓言告诉我们要谨慎择友的道理。

在今天的社会，我们免不了要和各种各样的人打交道，和什么样的人作朋友，同事业成功与否有着割不断的联系。

交了好朋友，可以帮你指正错误，提醒你该注意的事项，与你一同分享有价值的信息，在困境时向你伸出援手；而结交了小人，他会在背地里诬陷你、告发你，在遇到困难时推你下水。作为朋友的小人比作为敌人的小人更让你避之不及。

“谨慎择友”这一古训早已被很多人奉为至理名言。梁元帝之母文宣太后在当年还是修容（皇帝妻妾中一个地位较低的封号）时，就常常教导儿子萧绎（就是后来的梁元帝）要谨慎择友，绝不可与奸诈之徒为伍。萧绎曾与裴子野、萧子云、张缵等一时俊秀学人结为布衣之交，纡尊皇子的高贵，与他们谈诗论文，咨议治国方略。

唐代韩愈，才华横溢，但生活上有失检点，喜欢赌博。他的好友诗人张籍不因韩愈才名远播，就对他姑息迁就。他一再给韩愈写信，直言不讳韩愈的不良习惯，终于使韩愈认识到自己的错误，幡然悔悟，他把张籍引为生平第一至交。

在谨慎择友者受朋友之益的同时，交友不慎的人也承受着朋友带来的苦难。

武则天曾禁止天下屠杀牛羊捕捉鱼虾，张德因其妻生子，于是私下杀羊宴请同僚，也请了杜肃。杜肃赴宴后表面上很亲热，散席后却偷偷带回一个肉饼，暗中向武则天告密。

武则天问明情况后，宽恕了张德，并对他说：天下禁杀，红白喜事不在其中，不过，你今后交朋友，应该有所选择。说罢，将杜肃的告密奏章公之于众，杜肃臊得无地自容，满朝文武都欲“唾其面”。

结良朋受益，交坏伴受害，“谨慎择友”乃是金玉良言，切记切记。

联合制狼

——团结比自己更强的力量

一只羚羊屡屡受到一只名叫沃夫的恶狼的追捕，它必须想办法摆脱这一困境。通过一段时间的调查，它得知沃夫是草原上的恶魔，偷吃过一头牛刚生下的牛犊，拖走过骏马家族中的小马驹。

于是，羚羊找到强壮的骏马和长着尖利长角的牛，和它们商量：“二位老兄，为了我们的安全与幸福，我希望咱们团结起来，杀掉沃夫，这也是为你们的子女复仇。”马流下了泪：“羚羊，你说怎么复仇，我听你的。”牛红了眼：“杀沃夫，我第一个向前冲。”

羚羊说：“好，马兄，不要冲动，听我的，请你藏在这棵树后，等我把狼引来，你就把它踢到土坡下。牛哥，你埋伏到土坡下，等沃夫滚下去，你就用长角把它抵死。”牛、马都同意了羚羊的安排。



于是，羚羊装着若无其事的样子在沃夫经常活动的地方四处张望。沃夫不知是计，前来追杀，最终被羚羊、牛和马联合杀死。

分 析

这则寓言告诉我们，只有懂得并且能够团结比自己更强的力量的人，才能做真正的大事。

你自己的能力不够强没关系，只要善于结交能人、才人，让他们心甘情愿地团结在你周围，你也就提升了自己的身价，甚至还可以说，你是比他们更有价值的人。

要做到这一点，首先须要慧眼识人，结识那些有能力、有才华的人，把他们汇聚在你身边。其次还要有容人之量，不可嫉贤妒能，要信任人才，珍惜人才，给他们提供用武之地，让他们最大限度地发挥自己的才华，在他们成功的同时，你也就能从中获得更大的成功。

中国历史上，有很多名垂史册的成功人物自身既不善于率兵打仗，也不长于筹谋策划，他们能获得巨大成功只因为知人善任，团结那些治国、平天下之才而做出惊天动地之伟业。

楚汉相争之时，西楚霸王项羽是战国末年楚国名将之后，力能扛鼎，才气过人，志向远大，乃是当时一代豪杰。

刘邦出身平民，鲜有才华却夺了天下，开创了中国历史上的汉王朝几百年基业。刘邦对胜利原因的总结很有道理：项羽有将才，却无帅才，有匹夫之勇，却没有政治家的头脑，他得范增、韩信、陈平等能人却不能善用，以致这些人都离开了他，后两者还“弃暗投明”，成为刘邦手下的重臣。

刘邦心胸豁达，从善如流，得众多大将和贤人的协助，才最终成就大业。论个人能力，这些人才都强似刘邦本人，如果刘邦没有容人的心胸和团结人才的能力，凭他单枪匹马，还不早在诸雄纷争的战场上碰得头破血流了。

马与驴子

——培养团队精神

从前，有个人赶着一匹马和一头驴子上路。路途中，驴子对马说：“你若肯救我一命，



就请帮我分担一点儿我的重负吧。”马不愿意，驴子终因精疲力竭，倒下死了。于是，主人把所有的货物，包括那张驴子皮，都放在马背上。这时，马悲伤地说：“我真倒霉！我怎么会受这么大的苦呢？这全因不愿分担一点驴的负担，现在不但驮上全部的货物，还多加了一张驴皮。”

分 析

这故事说明，工作中应相互帮助，共同合作，才能使基业之树长青。团队是成就事业的基础，没有团队精神，想开创事业，无疑会平添许多不可预知的困难。

现实生活中，有人把成功的能力分成10种，其中很重要的一种就是协作能力。

有的组织招聘人才、考察人才时，把“团队精神”列为很重要的一项考察指标。

现今社会，分工合作已经到了细致入微的程度，相互间的协作精神越来越被看重。

工作中，几个人协作共同完成一件事是很常见的，即使是属于一个人的任务也免不了需要别人提供或多或少的帮助。具有协作能力的人愿意并善于帮助别人，并能够在团队中发挥自己的作用，因为他们很清楚，提高与发展离不开大家的相互帮助。

纽约皇后区的法拉盛是美国华裔聚居的地方。在法拉盛众多的华裔创业者中，来自中国大陆温州的移民表现得格外突出。据美国媒体调查，温州人能够在异国他乡脱颖而出的重要原因之一就是温州人相互信任、相互帮助，使集资做生意这种方式能够在他们中间成功运用。

波音商用飞机公司总裁兼首席执行官艾伦·穆拉利也认为合作法则是该公司在市场上取得成功的关键。

他举了一个例子说明这个问题：1996年，波音商用飞机公司因为规划失误，蒙受了巨大损失，陷入了发展危机，客户、投资方、雇员、供应商都大失所望。

艾伦·穆拉利临危受命，决心带公司走出危机。他们利用合作法则，就工作的重要性取得一致意见，集中精力关注客户和彼此的工作，制订了一个包括所有人在内的行动计划，大家决定一起携手合作，分享彼此的成败。

他们互相倾听意见，互相帮助，与客户和团队一起庆祝每一架飞机的启用。经过两年紧张愉快的携手合作，终于交付了所有的客户定货，不仅使公司实现了高效运作，而且对资源

的利用也更加合理。

他们重新获得了自信，并且开始更快更好地为客户开发新的产品和服务项目。

狗和驴子

——不要互相拆台

自然界里有一条不成文的规矩，就是互相帮助。驴子本是善良的动物，但不知这一天中了哪门子邪，犯了错误。

那天它随主人外出，结伴同行的是主人的狗。驴子外表神态庄重，但头脑却是一片空白，不想事情。半路上主人睡觉了，驴子就大嚼大啃青草，这块草地特合它的胃口，驴子吃得还算满意。

这时狗见驴子大嚼青草，感到腹中饥饿，就对驴说："亲爱的伙伴，我求你趴下身子来，我想吃面包篮里的食品。"但驴子一句话也没回答，它只顾埋头吃草，怕浪费了这大好时光影响进餐。

驴子装聋作哑好一阵子，总算开口回了话："朋友，我还是劝你等等看，待主人睡醒后会给你一份应得的饭，他不会睡得太久的。"

就在这时，一只饿极了的狼从山里跑了出来，驴子马上叫狗来驱赶，这时候狗却不愿动了，还回敬道："朋友，我劝你还是快跑吧，等主人醒了再回来！他不会让你等多久的，赶快跑吧！假如狼追上了你，你就用主人新给你装的蹄子狠劲地踢，踢碎它的下巴。相信我的话没错，你会把它踢躺下的。"就在狗还在说这些风凉话的时候，狼已经把驴子咬死了。

分 析

"千万不能互相拆台，互相拆台谁也得不到好处。"这则寓言说明的就是这么一个简单的道理。

近年来，随着旅游业的发展，行业竞争越来越激烈，各种各样的手段经常被应用于日常经营中。

一位旅行社的人曾经有过这样的感慨："我们这一行都是下五子棋的，有人出一个子儿，对手就会用两三个子儿堵上去！"

但旅游行业中也不乏心胸宽广、目光远大的做法。

比如，最吸引眼球的三峡景区的做法就很值得一提，各景点面对竞争采取的不是互相打击、互相贬低，而是进行资源整合，统一管理，成就了多赢的格局。

企业要想顺利、高效地发展，优秀的团队至关重要。优秀的团队应该拥有能力互补的专家型人才，果断解决问题的决策人才，长于沟通与交流的交际人才等。如果成员虽有优秀的开发能力，但个个办事拖泥带水，没有紧迫感，也没有团结合作的气氛，就不能按时完成项目，势必造成人力、财力上的浪费。俗话说："三个臭皮匠，顶个诸葛亮。"合作精神的缺乏，往往是项目失败的主要原因。

如今是信息爆炸、知识爆炸的时代，不再是个人打天下的时代。

因此，企业用人宁可用专业能力一般但能凝聚团队力量的综合型人才，也不用个人专业

能力很强但沟通力差、配合度差、不懂得团结群众、不能整合团队力量的人。

狼、狮子和狐狸

——不要私下攻击别人

年迈的狮王犯了风湿病，躺在病床上一动也不能动，它指派大臣必须找到药来治它的衰老症。

大臣只好在百兽中聘请大夫，形形色色的医生汇集宫中，敬献祖传秘方的也络绎不绝，但在许多次的朝见中单单找不到狐狸，它销声匿迹，躲到哪里去了呢？狼为了献媚，在狮王临睡前对狐狸的缺席肆意诽谤。狮王听信谗言后勃然大怒，马上下旨把狐狸抓来。

狐狸被押进宫来，带到了狮王的寝榻前，它心里清楚这是狼在使坏让它遭受这不白之冤。狐狸说道："陛下，臣以为有的奏折与事实极不相符。比如说我故意不来朝拜陛下，实际上我是去朝拜圣地，祈求上天保佑陛下圣体康复，以了却我的心愿。在朝拜的长途跋涉中我曾遇到一些博学多才的君子，我向他们提及陛下龙体欠佳，精力减退。他们告诉我说，其实您所缺乏的仅是一些热量，您年事已高当然要注意保暖。因此，只要您穿上一件新做的热呼呼的狼皮大衣，您的病情马上就会见好。您只须认真瞧，狼大人的皮就是一件上好的料子。"

狮王深以为信，马上下令生剥了狼皮，砍下四只脚。结果，狮王不仅披上了冒着热气的狼皮大衣，还把狼肉做了晚餐。

分 析

21世纪是一个倡导优势互补、资源整合、精诚合作的时代。只有这样才能在强大的竞争中拥有抗击风险的能力，假若一味互相攻击各不相让，很可能会大祸临头。

在激烈的市场竞争中，黑龙江美森公司没有向寓言中的狼那样采取恶意攻击竞争对手的手段，而是与完达山乳业股份有限公司成功实现技术、设备、理念等方面的"完与美"的链接，形成资源共享，均利重义的发展态势，使其营销网络不断扩大，销售业绩持续快速增长。

企业如此，对于个人也是一样。一个好的工作环境对个人的发展是至关重要的。

如果组织成员间友好互助、组织气氛和谐，个人在其中就会心情舒畅，乐于为组织贡献最大的个人力量，也愿意帮助别人发挥其最大的潜能。

而置身于狮王的宫廷那样的组织里，成员间彼此不团结，相互倾轧、诽谤攻击，人们的心思都用在勾心斗角上面，一不注意就会遭人陷害，落得狼大人的下场，又哪有心思放在工作上呢。

如果你不幸遇到的恰好是这样的工作环境，还是早些抽身退步为好。

如果所在的组织环境还比较好，就让组织因你而变得更加团结吧。

天鹅、小马和螃蟹

——劲往一处使，心往一处想

在湖边停着一辆货车。小马、天鹅和螃蟹都来拉这辆车。大家都很使劲地拉，累得满头大汗，但就是拉不动。原来小马使劲地把车往路上拉，天鹅则使劲拽着车往天上飞；螃蟹呢，则是一心想着把车拉到路边的水沟里去。

分 析

这则寓言告诉我们：为同一目标而奋斗的人们应该心往一处想，劲往一处使。

寓言中的天鹅、小马和螃蟹一同拉车，它们都想把车拉动，这样说，它们的心是往一处想的，但是它们往不同的方向使劲，不能齐心协力，结果谁也达不成目的。

俗话说："一个巧皮匠，没有好鞋样；两个笨皮匠，商量出鞋样；三个臭皮匠，赛过诸葛亮。"

又说："一个和尚挑水吃，两个和尚抬水吃，三个和尚没水吃。"两者的区别就在于一个团队是心往一处想，劲往一处使，还是互相推诿，各自为政。

同一组织的成员，都有着共同的组织目标。尽管具体的个人目标有所不同，但是齐心协力才能取得成功。分头使劲，团队像一团散沙，组织目标达不成，个人目标也无从实现。

1994年1月7日，美国圣莫尼卡高速公路上的一座大桥在洛杉矶地震中倒塌了。这一事件迫使数十万人绕道上班，洛城交通因此受到极大影响。

加州政府预计，修复整座大桥需要12~18个月，结果只用了66天就完成了。这一奇迹是如何创造的呢？计划时间的缩短、思维方式的改变、施工人员的素质，这些都是工程提前完成的重要原因。

但最关键的还是各方达成共识、确定了共同的目标。政府官员为了显示自己的政绩需要早日完成工程；承包商为了创造利润率需要尽早完成工程；工人为了尽早得到薪水也需要早日完成工程；附近的居民为了解决交通问题同样也希望工程能早日完成。

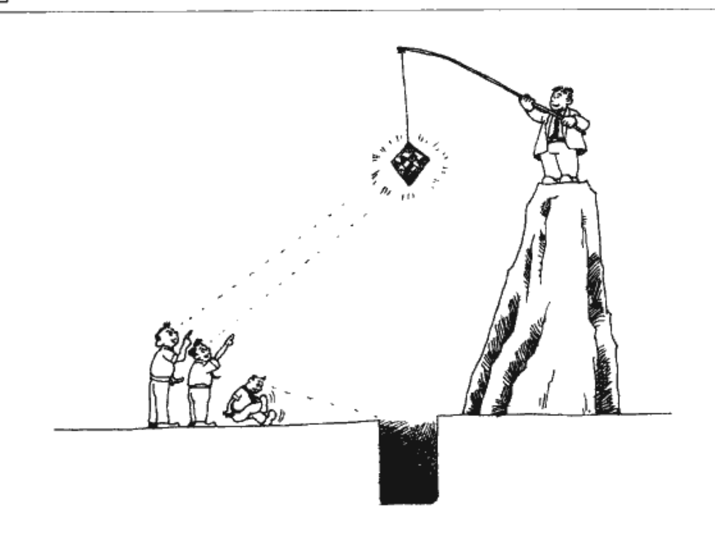
因此，虽然参与工程的各方动机各不相同，但是他们的目标是一致的。为了一个共同的目标，设计者、中标者、政府官员和施工人员形成了一支高效的团队，共同创造了奇迹。

团队合作使成功变得更容易。心往一处想，劲往一处使，是组织成功的秘诀，也是个人成功的秘诀。

悬崖边的金子

——远离诱惑

有个国王为自己美貌无双的女儿挑选驸马。经过层层考验之后，三名才貌双全的青年留了下来。



国王亲自召见这三个应征者。

国王问："让你们每个人骑在马上去拾悬崖边的一块金子，你们会离悬崖多远而不至于跌落呢？"

"二公尺。"第一位说。

"半公尺。"第二位很有把握地说。

"我会丢弃金子，远离悬崖，越远越好。"第三位说。

国王对第三位的回答表示满意，结果，他娶到了美貌绝伦的公主。

分析

这则寓言说的是不能和诱惑较劲，离诱惑越远越好。

常在河边走，哪有不湿鞋。诱惑的力量往往被人轻视，有人认为自己对诱惑有免疫力和抵抗力，于是放松警惕，接近诱惑，这就相当于走出了迈向诱惑陷阱的第一步，要做到"出淤泥而不染，濯清涟而不妖"太不容易，要想不越雷池半步，最好的办法就是选择环境，远离诱惑，防患于未然，省下那些对抗诱惑的力气。例如，不被吸毒、赌博诱惑最好的方法是远离它们，而不是先让自己去面对这些，然后再花心力去拒绝它们。

《北京青年报》曾刊登过宋某戒毒成功的经历，他就是因为好奇而走近毒品的。

宋某开出租。拉客时，宋某也曾遇到过吸毒者。看到他们要死要活的样子，宋某觉得："活该！你愿意抽，抽死算了！"毒品离他真正的生活很遥远。改变，是从遇到一个同学开始。

有一次拉活，宋某遇到面色灰黑的同学王某。宋某原以为同学生病了，再三询问才得知他沾上了毒！送走老同学后，宋某心里很不是滋味，毒品竟把一个帅小伙折腾成了那副样子。

再一次与王某相遇使宋某步入了毒品的泥沼。王某那时已经开始复吸了，边吸边叹道："要沾上了这东西就别想戒掉。"宋某大为好奇，于是，他尝试着吸了一口，初步结论是，恶心、反胃，毒品没有别人描写得那么可怕。

再以后，隔三差五的，宋某就会来上那么一包，慢慢的，恶心反胃的感觉没有了。一碰毒品，宋某就找到发飘的感觉，他知道自己上瘾了。

就这样，经历了三进戒毒所、内心绝望甚至自杀的痛苦历程、在付出了身体、心理、时

间和金钱的巨大代价之后，宋某才终于走出毒品这片沼泽地。宋某的代价是惨重的，可以想象，在他的内心里该是多么后悔当初轻易走近毒品的诱惑。

走近诱惑容易，抵制诱惑困难，我们千万不要和诱惑较劲。

两只狼

——学会抵制诱惑

一个寒风呼啸、雪花纷飞的冬天，两只狼在一个小山村边逡巡，它们已经两天没有猎到食物了。村边，猎人养了一圈羊，个个肥壮，狼已经窥视好久了。

“冲吧，不能再等了，要不然我们会饿死的。”公狼对母狼说。

“他可是这座大山里最好的猎人，我们好几个同伴都栽到他手里了，连凶猛异常的黑熊都被它干掉了，还是别动他的羊，到别的地方找找看吧！”母狼劝道。

公狼说：“我已经观察了好几个小时了，没有发现异常，羊圈四周都没有陷阱，围栏也不坚实。”

虽然母狼再三劝阻，但公狼已下定了袭击的决心。当它冲进羊圈时，“一只羊”突然站起，举枪把它击毙。

原来，猎人披着羊皮在羊圈中等了它一天啦。

分 析

现代社会千姿百态，纷繁复杂的人和事走马灯般地出现在我们身边，让人眼花缭乱，各种各样的诱惑不请自来，它们总是看起来很美，很迷人，引诱人们远离最初的理想和目标。

抵制诱惑的本事一定要学，否则不知要上演多少一失足成千古恨的人生悲剧呢。

抵制诱惑的能力比较强的人容易成功。

美国心理学家米切尔做过一个跟踪实验，发现从4岁的小孩子对一颗棉花糖的反应，就能预知这个小孩的未来。实验中，研究员把小朋友们一次一个带到房间里，并分别拿一颗棉花糖给接受测试的小朋友。受测者有两种选择：马上就吃，只能吃到一颗棉花糖；如果等研究员离开20分钟后回来时再吃，那时便可以吃两颗。有些小朋友等研究员前脚刚离开，就把糖吃了；有些忍耐了一阵子又投降了；而有的小朋友则是用尽各种方法去抗拒糖对自己的诱惑，或闭眼睡觉，或哼歌，或玩游戏，熬过20分钟，终于在研究员回来时得到了两颗糖的回报。

多年后，这群孩子到了青春期。研究员对他们进行追踪研究，发现当年能忍受棉花糖诱惑的小朋友，长大后多半较受社会欢迎，较能适应环境，富有竞争性，有自信，值得信赖。而对棉花糖的诱惑竖了白旗的小朋友，长大后变得孤单、固执，且易受挫折，不敢面对挑战。这些孩子高中毕业后，当年能抵制诱惑者的考试成绩比不能抵制诱惑者要平均高出210分。

学会用理智抵制诱惑，面对诱惑最有力的武器是来自于自己内心坚定的自制力，这种自制力能使人从诱惑的控制中摆脱出来，重新做自己的主宰。

饿死的鬣狗

——学会依靠自己

一只鬣狗终日尾随着森林之王狮子，当狮子猎到羚羊或鹿，饱餐之后，鬣狗便跑过去吃狮子留下的残羹剩饭。一只苍鹰盘旋在空中，它见鬣狗日复一日地过着这样的日子，很是不屑，于是对鬣狗说："鬣狗老兄，你也有尖利的牙齿，你也有强健的四肢，为什么要吃狮子吃剩的骨头，不自己猎取肥美的羚羊呢？"鬣狗回答说："苍鹰老弟，追赶迅疾的羚羊太累了，撕咬野兔的皮太难了，我傍着狮子，日子过得不是也挺好吗？"苍鹰说："靠别人的日子岂能长久，你应该自己努力才对。"鬣狗舔了舔地上的剩骨不再说话了。

旱季来临了，许多动物都迁徙了。狮子猎到的食物越来越少，留给鬣狗的更少了。几天以后，鬣狗为了猎到食物去追一只兔子，但它已经虚弱到不能完成追捕的任务，后来，饿死在草原上，成了狮子的晚餐。

分 析

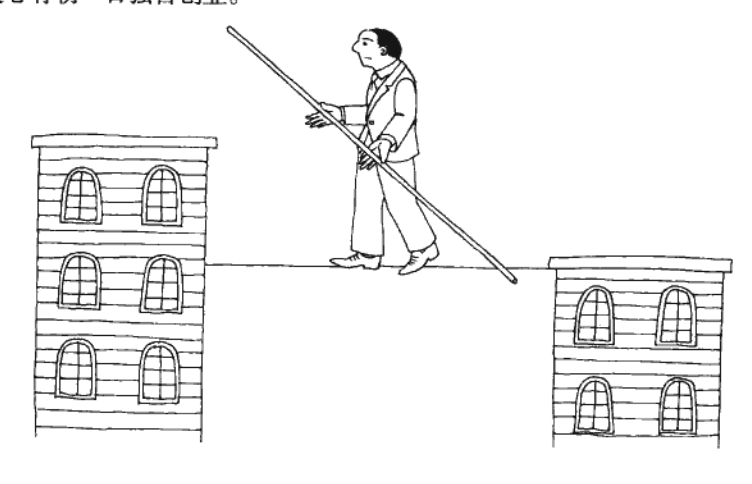
这则寓言是说世上最不可靠的就是外力，最能够靠得上的就是自己。

没有资本、一穷二白的普通人想出人头地，干出一番事业来，就要学会依靠自己。不要指望别人能替你体验，该吃的苦就要自己来吃，该有的经历一样也跑不掉。

依靠自己，不等不靠的心态，才是决心改变现状的标志。

把"麻婆豆腐"引进日本，被日本人称为"麻婆豆腐大王"的陈建民，就是个靠自己成功的典型人物。

陈建民是香港人，如今是日本最著名的"赤坂四川饭店"的老板。当他还是身无分文和满腔志向的小伙子时，向人借了200美元，想创建一番自己的事业。很快，200美元花光了，他被人从最便宜的旅馆里赶了出来，流落街头。一个多月之后，陈建民找到了一家中华料理店，在陈建民的苦苦哀求之下，中华料理店老板将他收留了下来。老板希望陈建民放弃"又辣又难以接受"的四川菜，改学做"又香又好吃"的北京菜。但陈建民始终认为四川菜是最美妙的，他决心有朝一日独自创业。



几年之后，陈建民毅然辞掉了工作，买了锅铲刀具，制作了一辆流动小车，挂起小招牌，自己干起了四川菜大排档。

开档伊始，前来品赏这种小吃的日本人并不多，所得有限,小本经营的日子十分难过。但是，陈建民并不气馁，而是专心致志，一心一意推广他的四川菜，即使吃尽苦头也绝不放弃。就这样经过几十年艰苦奋斗之后，他终获成功，成为日本家喻户晓的人物。

陈建民曾经流落日本街头，贫困潦倒，但凭借自己的力量，终于实现了当初来日本的宏图大志。

受伤的大雁

——对理想要执著

一只受伤的大雁落在草丛中，它歇了一会儿，又奋力起飞，但沉重的伤势迫使它又停了下来。

“可怜的大雁，你的伤这么重，不好好休息，要去干吗？”麻雀关切地问。

“我要到南方去，我要找到我的家族，我要和它们共同生活在一起。”大雁喘息着回答。

“这里的冬天并不十分寒冷，而且有充足的食物，你没有必要那么辛苦。”麻雀又说，“对不对？”

大雁摇摇头，不再做声，它找了点食物，静静地在草窠里待了一会儿，再次振翅而飞。

剧烈的疼痛让大雁发出了哀鸣。因为体力虚弱，勉强飞翔一段之后，它又跌落在草丛中。

一只喜鹊飞过来，关切地问：“老兄，你这是怎么啦？”

大雁告诉喜鹊说自己受伤了，要前往南方欣赏小桥流水的秀丽风光。喜鹊说：“我劝你最好别去了，你在这儿筑个窝歇着吧！草丛中有吃不完的草籽。”

大雁躺在地上不说话。第二天，它又起飞了。

在一个初冬的早晨，当东方的太阳升起时，它终于飞到了南方，看到了纤细的小桥、荡漾的水波。

分 析

理想不是空想，但如果我们只是去想，而不采取行动，那这样的理想完全可能异化为空想。理想需要行动，需要执著。

我们知道，从前，一位65岁的上校退役后身无分文，当他拿到第一笔105美元救济金时，尽管很沮丧，但不愿向命运低头。他想到自己有一份炸鸡秘方，可以卖给餐馆。整整两年，他被拒绝了1009次之后，终于听到了第一声“同意”。这个执著的老人叫桑德斯上校,就是肯德基的创始人。

朋友，看到了吧，执著的力量远比我们想的大得多，几乎所有人都不能拒绝一个对理想无比执著的人。所以，一旦你选定了自己的目标，就持之以恒地奋斗吧，终会有如愿以偿的一天。

小鹰学飞

——坚持不懈的力量

鹰妈妈生了几个孩子，其中的一只非常瘦弱，虽然妈妈给予它特别照顾，但它仍是兄弟中最弱小的。

到该学飞的时节，在妈妈的教导下，小瘦鹰的兄弟们都会飞了。而小瘦鹰却一次一次地从树上摔下来。“妈妈，我要飞！”小瘦鹰坚定地说：“您再教我一遍要领吧。”鹰妈妈又耐心地给它讲了一遍。

小瘦鹰默默地在心中重复妈妈的讲解，然后振翅向上飞。但它瘦弱的身体使它难以完成飞翔的动作，它摔到一块石头上，血流遍地。

兄弟们看到它狼狈的样子，都嘲笑起来。

第二天，伤还没有好，它又开始练习，翅膀一次一次振动，脚在树枝上弹跳，可还是不能成功。

“妈妈，我真的不能飞吗？”小鹰伤心地问。

“不，孩子，神告诉我，你将来是飞得最高的鹰。只是别太急。”妈妈宽慰它。

小瘦鹰便继续在树上练，一天，两天，五天过去了，它念着飞翔的要诀，突然，它觉得翅膀充满了力量，它用力一蹬，身子腾空而起。“我成功了。”它高叫着。

分 析

当你失去信心、丧失希望的时候，告诉自己：坚持下去。坚持，就是给自己成功的机会。

美国石油大亨约翰·洛克菲勒，标准石油公司的创始人，也是世界上第一位亿万富翁。16岁时，他为了得到一份“对得起所受教育”的工作，翻开克利夫兰全城的工商企业名录，仔细寻找知名度高的公司。每天早上，他离开住处，身穿黑色衣裤和高高的硬领西服，戴上黑领带，去赴新一个预约面试。他不顾一再被人拒之门外，日复一日地前往——每星期6天，一连坚持了6个星期。在走遍了全城所有大公司都被拒之门外的情况下，他并没有像很多人那样选择放弃，而是“敲开一个月前访问过的第一家公司”，从头再来。有些公司甚至去了两三次，但谁也不想雇用太年轻的人。值得我们尊敬的是，洛克菲勒越受到挫折，他的决心反而越坚定。

1855年9月26日上午，他走进一家从事农产品运输代理的公司，老板仔细看了他写的字，然后说：“留下来试试吧。”并让洛克菲勒脱下外衣马上工作，工资的事提也没提。他过了三个月才收到了第一笔补发的微薄的报酬。这就是洛克菲勒的第一份工作，是他自己都记不清被拒绝多少次后得到的工作。他一生都把9月26日当作“就业日”来庆祝，那热情，胜过他自己过生日。

任何人的成功都绝非偶然，这个人身上一定有其不同于常人必然成功的道理。洛克菲勒这种坚持不懈的精神就是成功的必要条件。

门捷列耶夫说：“天才只意味着终身不懈地努力。” 英国政治家迪斯雷利说：“成功的奥秘在于坚持不懈地奔向目标。”

在困难面前，是停下来还是坚持不懈，区别仅仅在于一步，风景却大不相同。

续井底之蛙

——永不放弃

井底生活着一群青蛙，它们从未出过井口，一直认为天只有井口那么大。一天，一只路过的大雁告诉它们，天无比的大，海无比的宽阔。群蛙把大雁嘲笑了一番。一只小青蛙则认为天和大海可能像大雁说的那样，它对群蛙说："我们应该跳出井口，看一看天和海到底是什么样子。"

"天就是井口那么大，海只不过与我们生活的井水差不多，这有什么疑问！"蛙王笑着说。呱……群蛙发出一阵嘲讽。

"不，我一定要上去看看。"小青蛙说。它开始往上跳，一次，两次。它跌得头破血流。

"算了吧，你是跳不上去的，再说上去又有什么意义呢？"别的青蛙劝道。

小青蛙没说话，它继续练习。一天，它来了个三级跳，跳到了离井口不远的地方，井口落下的一个土块打在它头上，小青蛙跌落井底，晕了过去，许久才醒过来。小青蛙的傻受到了无情的嘲笑。

养好伤后，小青蛙更勤奋地练习，它练成了四级跳，跃出了井口。呀，天真大，海真阔，小青蛙终于看到了它想看到的一切。

分 析

英国作家和评论家约翰逊·S曾说："完成伟大的事业不在于体力，而在于坚忍不拔的毅力。"

事实上，成功和失败的区别往往就在于是坚持还是放弃。

美国总统亚伯拉罕·林肯一生奇迹般的奋斗史可以说是对"坚持不懈，永不放弃"最好的诠释了。

只要看看林肯入主白宫的艰辛历程，我们便会为他的坚持不懈所折服。

1816年，他的家人被赶出了居住的地方，他必须工作以抚养他们。

1818年，母亲去世。

1831年，经商失败。

1832年，竞选州议员落选。

1833年，失业、失学。

1834年，人选州议会。

1835年，未婚妻亡故。

1836年，精神崩溃，卧病在床6个月。

1838年，在州议会议长选举中失败。

1843年，在国会提名选举中失败。

1846年，被选人国会。

1849年，申请国有土地局局长职位被拒绝。

1854年，竞选参议员失败。

1856年，争取副总统提名失败。

1858年，竞选参议员，再度失败。

1860年，当选美国总统。

林肯的一生都在面对挫折与失败。但他并没有放弃，也正因为他没有放弃，才成为美国历史上最伟大的总统之一。

一时的失败，只不过延缓了成功到来的时间。成功终将会降临在那些永不放弃的人身上。

农夫和他的儿子们

——天道酬勤

有一位农夫快要离开人世了，他想让他的孩子们同他一样收获丰硕的人生，就把他们喊到床边，说："我的孩子们，我在葡萄园底下埋藏着价值连城的财宝。"

他去世以后，他的那些儿子拿着各种各样的农具，把葡萄园里的土地整个翻了几遍。结果他们任何财宝都没有找到，但是葡萄树报答了他们辛勤的劳动，给他们带来了几倍丰硕的果实。

分 析

上面这则寓言讲的是"天道酬勤"的道理。从古至今，"业精于勤"、"勤能补拙"、"成功来自勤奋"的故事不胜枚举。尽管是老生常谈，却是毋庸置疑的真理。

道出"业精于勤"名言的唐代文学家韩愈的一生，即是对勤奋的诠释。他"口不绝吟于六艺之大，手不停披于百家之篇"，并以"业精于勤荒于嬉，行成于思毁于随"来激励后世。

著名数学家华罗庚对世界数学的贡献人所共知，但是，这位大名鼎鼎的数学家，在初中一年级时、数学经过补考才及格。他说："天才在于积累，聪明在于勤奋。"他把比聪明重要得多的"勤奋"与"积累"作为成功的钥匙，反复教育年轻人，要他们学数学做到"拳不离手，曲不离口"，经常锻炼自己。

"发明大王"爱迪生，小时候反应迟钝，曾被校方以"愚蠢糊涂"为由开除，可他一生却拥有1093项专利，人家称他是个天才，他却笑着回答："天才是百分之一的灵感，加上百分之九十九的汗水。"

波兰著名钢琴家帕德列夫斯基，有一次接受杂志访问谈及他的成功之道。他说："我认为不断练习，才能够精益求精，熟能生巧。"记者说："以您大师级的水平，照道理未必要每天练习吧?"帕德列夫斯基说："假如我一天不练琴，自己会在乐曲中听出；假如我两天不练琴，乐评人便会在乐曲中听出；假若我三天不练琴，连听众都会在乐曲中听出，到那时再急忙补救，就实在太迟了。因此我坚持每天都练习。"

现代最杰出的物理学家阿尔伯特·爱因斯坦小时候，别人家的孩子都能说话了，三岁的爱因斯坦才"咿呀"学语。后来，爱因斯坦的妹妹，比他小两岁的玛伽已经能和邻居交谈

了，爱因斯坦说起话来却还是支支吾吾，前言不搭后语。爱因斯坦上学后被人们认为是“笨家伙”，被校长认为是“干什么都不会有作为”的笨学生。就是这个淹没于嘲讽和讥笑中的爱因斯坦，经过艰苦的努力，最终成了现代物理学的创始人和奠基人，成了彪炳史册的科学巨匠。爱因斯坦回忆他成功的经验时说：“勤奋，几乎是世界上一切成就的催生婆。”

“如果你很有天赋，勤勉会使其更加完善；如果你能力一般，勤勉会补足其缺陷。”美国女散文家雷诺兹·J的这句话则是对上面这些事例的最好阐释。

猴王驾船

——切莫想赢怕输

猴群中有一只小猴曾经向鸭子学过驾船技术，每次猴群过河都是它驾船冲浪。有一天，猴王把它叫过来说：“我想跟你学驾船，能学会吗？”“不但能学会，而且您能超过我。”小猴子说。

于是猴王开始跟小猴子学驾船，如何扬帆、如何掌舵、如何撑篙、如何摇橹，小猴子都讲得清清楚楚，聪明的猴王很快就都掌握了。通过一段时间的练习，猴王完全能熟练驾船了。

“来，咱们来一场比赛吧！”猴王对小猴子说。

“好吧，陛下。”小猴回答。

比赛的结果是猴王败北，它恼羞成怒：“你竟敢对我留一手，拉出去杀了！”

小猴急忙说：“陛下，等我说完您再下令也不迟。您落后的时候一心想超过我，摇橹撑篙的动作都变形了；您在超过我时，怕我赶上您，掌舵的时候也没用心；和我并驾齐驱时，您在观察我，而忘记了对帆的控制，您的心根本没在驾船上，虽然您的技术一点也不比我差，力气也比我大，但您还是输掉了。”猴王恍然大悟。

分 析

这则寓言告诉我们患得患失、内心怯懦是成功的大敌。

我们做一件事的时候，总是想赢怕输，总是担心会失去一些东西，总在想万一失败了怎么办。结果失败的可能性就越大。

相反，心态健康，没有压力，放手去做，成功的可能性就会大得多。

有这样一个例子：毕业生小汪是某名牌大学学生干部，老师和同学心目中的佼佼者。大家都认为找个好工作对小汪来说是不成问题的。小汪自己也这样想。他为自己未来的工作早就作了规划：北京、上海或深圳，国际、国内有一定影响力的跨国公司，年薪5万元以上，要有个人发展的机会和空间。

择业伊始，就有好几家单位向他抛来了“绣球”，那几天的小汪可真有些应接不暇。第一家单位是北京的某企业，人事处的处长亲自面试，当场拍板，解决进京指标，希望签约并许诺要对小汪进行重点培养，但小汪认为这“馅饼”来得也太容易了，何况这是一家国有企业，不符合自己的要求，打电话婉言谢绝。第二家单位是深圳的某保险公司，公司待遇不错，但小汪认为该公司规模较小，在市场中缺乏竞争力。第三家单位是上海的某公司，基本

符合小汪的条件，可是小汪却在第二轮面试时被淘汰。

离学校上报就业方案的截止日期一天一天逼近，小汪有些按捺不住，论人品、学历、专业、能力，自己都不比别人差，怎么就会找不到理想的工作呢？他慢慢地开始怀疑自己，心态在患得患失中失去了平衡，开始茶不思、饭不想，夜不能寐，觉得自己在学校无脸见老师、同学，回家无颜见江东父老，整天神情恍惚。

时间越来越紧迫，小汪变得慌乱不已，开始手忙脚乱地乱投简历。可是，或嫌公司规模小，或是觉得单位地理位置不理想，或是觉得单位薪水太低，均未能与用人单位达成协议，随便找家单位签了，不情愿；不签，学校就要把关系转回生源地。

小汪的失败就在于他患得患失的心态，签了小公司怕委屈了自己的才干，去自己满意的公司又不能如愿。早知如此何必当初呢。

患得患失往往导致失败。选择职业如此，做任何事都是如此。

博学的卡里亚斯

——应好学不倦

古希腊有一个叫卡里亚斯的人，出生于平民之家，酷爱学习。音乐、修辞、演讲、逻辑、军事、科学，各种学问无一不好。

有一天，他随人到山上的神庙去祈祷，不小心掉进了山谷，丛生的榛莽接住了他，他才得以保全了性命。但绝壁悬崖使他跌落的山谷与世隔绝。但乐观好学的他并未绝望，而是以研究山谷的植物与地理为乐趣。他逐一观察山谷中的动植物，考察山谷地形，虽以野果、野菜为食，倒也自得其乐。后来他利用自己所学的知识，点着了火，燃火生烟，终被外界所救。

还有一次，他随人到海外经商，途遇风暴。几天后，奄奄一息的他被冲到迦太基。他被救醒，便开始投入到对当地语言和社会的研究之中，不久便以自己的博学赢得了当地人的尊重和爱戴。他凭着自己的航海知识、语言知识，带着迦太基人到希腊做贸易，不仅回归故里，且大发其财。

因为他的博学与多才，被公民推举为执政官。

分 析

这则寓言告诉追求成功的人们应当好学不倦，“多一门技艺，多一条路”，成功人士的一生，应当是不断学习的一生。

有的人把知识当作事业的敲门砖，一旦迈上工作岗位，没有了强迫学习的压力，就浑身轻松，再也不想继续学习这回事了。实际上，学习从来就不单单是学生们的事，信息社会发展到今天，学习就更成了每个不懈追求者的毕生任务。新理念、新知识、新技术日新月异，知识以目不暇接的速度更新换代，一年不学习，你的知识结构就落伍了。不断学习，活到老，学到老，是我们这个时代对渴望成功者不容置疑的要求。

美国前总统林肯说：“好学不倦者，必成大器。”林肯自己就是这样一个好学不倦的人。林肯的父亲是一个平凡庸碌的鞋匠，母亲也没有惊人的才学，林肯只上了不满一年的学。

但是，林肯的一生都在学习，农夫、商人、律师都可以是他的老师。在林肯的家乡有数位巡游的乡间学儒，曾无意中帮助了林肯，使他得到了很多的长进。他还和智者及诗人结交。拜伦、白朗宁的诗他可以流畅地背诵。他把拜伦的诗集在自家与办公室各放一本，在办公室的那一本因为经常阅读，以致书皮都翻破了，只要一拿到手上就能看到内文。

成为白宫的主人后，肩负南北战争重担的林肯，把歌德的诗集放在床上。读到扣人心弦的诗句，即使在半夜也会起身记下来。

另外，他还喜欢莎士比亚，能背诵很长的台词，还能听出演员们的台词念得是否到位，常常要别人听听他独到的见解。

鲁宾逊曾这样评价林肯："这位自学成功者，涵养深厚。称他是天才或智者都可以；他的学识不是得自于学校的教科书中，完全是由于他的好学不倦及不断自我充实而来的。"

寒号鸟之死

——增强行动力

当寒风吹落枫树上的最后一片树叶的时候，冬天来临了，树林中的鸟儿们都忙着加筑自己的巢穴，只有寒号鸟躲在阳光下悠闲地梳理着自己的羽毛。"你该垒巢啦，冬天就要到了。"喜鹊说。"忙什么呀，你看阳光多好，明天再垒也来得及。"寒号鸟回答道。

夜里寒风吹起，寒号鸟冻得不住地哆嗦："明天就垒巢，明天就垒巢。"它决心明天筑巢。

第二天，太阳升起，暖暖的阳光照在身上，它又不愿意行动了。"您该垒窝了，冬天来了。"麻雀劝它。"忙什么呀，你看阳光多暖和，明天再垒来得及。"寒号鸟回答。

三天后，暴风雪来了，寒号鸟连一夜都没熬过去，冻死在树枝上。

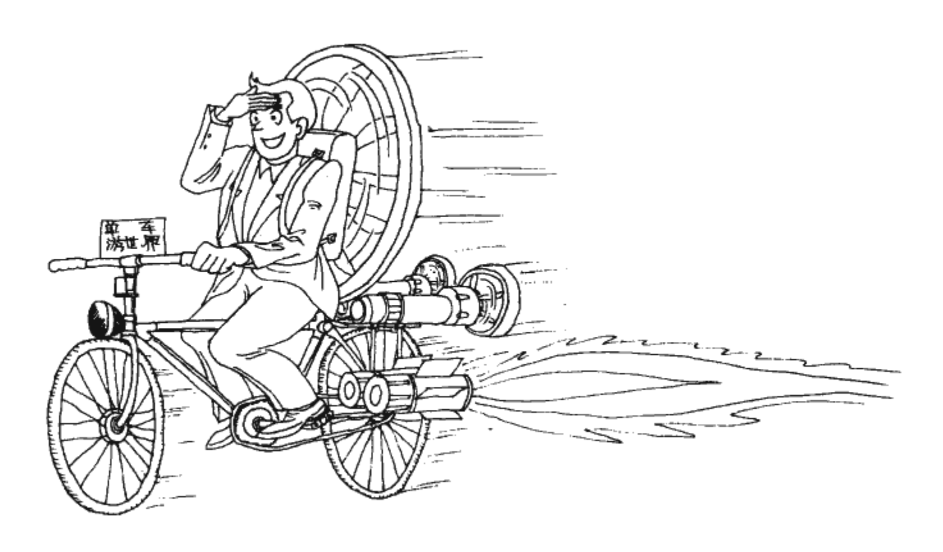
分 析

这则寓言说明了一个简单的道理：说一尺不如行一寸。人的能力有思维能力、语言能力和行动能力之分。人们向往一个目标却达不到，往往不是因为思维能力、语言能力的欠缺，而是因为迟迟不肯行动起来。其中的原因各种各样，有的是因为习惯于拖延，有的因为瞻前顾后顾虑重重，有的缺乏行动的勇气。但无论怎样，都应该行动起来，虽然行动起来未必一定会成功，但没有行动，就注定不会成功，所以我们需要先行动起来，在行动中去检验、完善我们的思想。当然，在行动中会遇到很多的挫折和困难，这些是问题，也是必然的。因为人的一生就是解决问题的一个过程，不要害怕和逃避。我们要做的是在失败中成长。

这里讲一个美国前总统林肯与行动力的故事：

在一封信中，林肯讲述了自己幼年的一个经历："我父亲在西雅图有一处农场，地里有许多石头。正因为如此，父亲才以较低的价格买下了它。有一天，母亲建议把石头搬走。父亲说，如果可以搬走的话，主人就不会把农场卖给我们了。它们是一座座小山，都与大山连着。有一天，父亲去城里买马，母亲带我在农场劳动。母亲说，我们把这些碍事的东西搬走好吗？于是我们开始挖那一块块石头。不长时间，就把它们搬走了，因为它们并不是父亲想象的山头，而是一块块孤零零的石块，只要往下挖一英尺，就可以将它们晃动。"

林肯在信的末尾说，有些事情人们之所以不去做，只是他们认为不可能。而许多不可



能，只存在于人的想象之中。

今天，行动能力的重要性已经被很多人认同，拥有10万多员工的某跨国公司的总裁曾说：“成功5%靠决策，95%靠行动。”

当今世界上最成功的潜能开发专家安东尼·罗宾说：“因为我恐惧，所以我必须立刻行动——朝着想要的方向奔跑！”

记住：只要行动就有可能，只要行动便有收获。

从众的毛毛虫

——要敢于改变

毛毛虫从小就被训练要学会跟随大虫，毛毛虫的家族里流传着一句名言：“永远跟随成功者、有经验者。”一代一代过去了，它们跟随的习性已经深入骨髓，至于跟随的原因早已忘却。

大水把毛毛虫家族冲到一个从未到过的地方，家庭头领带着大家转来转去，找不到合适的地方。它一直转呀转，其他毛毛虫也跟着转呀转，一只小毛毛虫说：“咱们旁边的草丛不是很适合我们吗？”别的毛毛虫白了白眼，谁也不说话，又转了几圈，小毛毛虫忍不住了，于是它独自走了，剩下的毛毛虫继续跟着转，直到力竭而死。

小毛毛虫咋咋舌：“好可怕，只有改变想法的才能活下来。”

分 析

这则寓言告诉我们一个至理名言，穷则变，变则通，通则久。毛毛虫家族面对已经面目全非的外部环境，不懂得因应形势，结局也就可想而知了。

“敢于改变，才会变得更好。”亚信科技（中国）有限公司执行副总裁兼财务总监、亚

洲最佳CFO韩颖总结道。

韩颖大学毕业后担任了中国海洋石油总公司财务部财务分析员，负责的项目从来都不低于5亿美元。但是他没有坚守这让人眼红的铁饭碗，9年后他正式加盟了中国惠普公司。

在惠普发工资时他发现，300多人的工资厚厚一沓，一个一个核实，既浪费时间又容易出错，就想改变这种状况，找一个更安全方便的办法。他下班后就去了公司附近的银行，找到银行负责人说，希望能为公司300多个员工开户，他把员工们每月的工资直接存到银行，然后员工凭折领取工资。负责人很犹豫，因为之前没人这么做过。他费尽唇舌，对方才点了头。

因为这件事，外方领导找到韩颖，肯定地说："你改写了公司5年手发工资的历史，这种勇气和创新精神值得嘉奖！"韩颖为此被评为惠普公司年度优秀职员，1993年担任惠普公司中国区财务经理，1996年再次晋级，任惠普公司中国区首席财务官和业务发展总监。

韩颖的成功离不开勇于改变的精神。永远不要害怕改变，改变里就有成功的契机，它会让你获得更多的机会，更好地走向成功。

两只猴子挑水

——要尝试改变

猴子辉辉和丑丑一起挑水去城里卖，一桶卖1元，一天可以挑15桶。

有一天，辉辉说道："我们每天挑水，现在可以挑15桶，等我们老了，还可以一天挑15桶吗？我们为什么不现在铺设一条水管到城里，这样以后就不用这么累了。"

丑丑说："可是如果我们把时间花去铺设水管，我们一天就赚不到15元了。"所以丑丑不同意辉辉的想法，就继续挑水，辉辉开始每天只挑13桶，利用剩下的时间铺设水管。

5年后，丑丑继续挑水，但只能挑13桶，可是辉辉铺好了水管，每天只要拧开水龙头就可以赚钱了。

分析

习惯的力量是巨大的，以至于人们喜欢安于现状，不去改变生活，因为这样最轻松，不需要花加倍的辛苦，冒加倍的风险。

现实总是有种种不如人意处，这些不如人意处谁都会看到，但是懒惰的人往往安于现状，勤奋进取的人却勇于尝试改变。

想想，如果一个人在事业的起步期或创业的中途，就留恋于眼前的风景，喊出"多美啊，让我们永远留驻这儿吧！"成功的浓焰将就此熄灭。

不满现状不仅不是个人成才的消极因素，反而是推动一个人勇于进取、不懈追求，事业上永葆青春活力的维生素。

三人寻宝

——要有耐心

有三个人因做了善事，先知决定给他们每人一个发财的机会，告诉他们在沙漠的深处有一个地方埋藏着宝藏，等上七七四十九天，宝藏会自动从地下长出来。

最先去的是善事做得最多的人，他来到先知预告的地点，那里除了漫漫黄沙，什么都没有。一天过去了，喜欢与人交流的他寂寞难耐，开始唱，三天后改为吼，五天后改为叫，十天过去了，他觉得自己的生命快完蛋了，就离开了沙漠。

第二个人带来许多书信，边等边读信，三天便把信读完了。当他把所有的信读到第五遍时，开始觉得无聊到了极点，便放弃了。

最后一个人坐在那里等着奇迹出现，他穷尽自己的想象，猜想宝藏从地上生长的模样。他忍耐着，日升月落，他开始回忆自己的人生历程，忆起自己做过的好事心花怒放，忆起做过的错事就痛心疾首，他忘记了时日，当他彻底想明白人生的意义时，大地开裂，宝藏涌出，他获得了一切。

分 析

这则寓言告诉我们成功需要付出耐心。成功不会在一夜降临。在郁郁不得志时需要耐心，在困境面前需要耐心，在被人误解时需要耐心。要知道，是金子总会发光的，但那需要时间。如果你等不及，你总是迫不及待地跳槽或者同老板闹翻，那就难有光彩照人的那一天了。

李国杰院士也说过：“不是说有重大贡献的人就是最聪明的人，但他一定是最有耐心的人。”

曾经看过这样一个故事：全国著名的推销大师，在城中最大的体育馆，做告别职业生涯的演说。会场座无虚席，舞台的正中央吊着一个巨大的铁球。为了这个铁球，台上搭起了高大的铁架。

一位老者在人们热烈的掌声中走了出来，站在铁架的一边。两位工作人员抬着一个大铁锤，放在老者的面前。主持人这时对观众讲：请两位身体强壮的人到台上来。转眼间已有两名动作快的跑到台上。

老人开口和他们讲规则，请他们用这个大铁锤，去敲打那个吊着的铁球，直到把它荡起来。一个年轻人抢着拿起铁锤，拉开架势，全力向那吊着的铁球砸去，一声震耳的响声，那吊球动也没动。他就用大铁锤接二连三地砸向吊球，很快他就气喘吁吁。

另一个人接过大铁锤把吊球打得叮当响，可是铁球仍旧一动不动。

这时老人从上衣口袋里掏出一个小锤，用小锤对着铁球“咚”敲了一下，然后停顿一下，再一次用小锤“咚”敲了一下。人们奇怪地看着，老人就那样“咚”敲一下，然后停顿一下，就这样持续地做。

10分钟过去了，20分钟过去了，老人仍然一小锤一小锤地工作着，人们开始失去耐心。在进行到40分钟的时候，坐在前面的一个妇女突然尖叫一声：“球动了！”刹时间会场鸦雀无声，人们聚精会神地看着那个铁球。那球以很小的摆度动了起来，不仔细看很难察觉。老

人仍旧一小锤一小锤地敲着，吊球在老人一锤一锤的敲打中越荡越高，它拉动着那个铁架子“哐、哐”作响，它的巨大威力强烈地震撼着在场的每一个人。终于，场上爆发出一阵阵热烈的掌声，在掌声中，老人转过身来，慢慢地把那把小锤揣进兜里。

老人开口讲话了，他只说了一句话：在成功的道路上，你没有耐心去等待成功的到来，那么，你只好用一生的耐心去面对失败。

父子牵驴

——习惯的力量巨大

有一对父子住在山上，父亲是个瘸子，儿子是个瞎子，他们有一头老驴。每天，父子俩牵着驴子下山，都是儿子在前面牵驴，父亲在驴背上指挥方向。

山路有一处很不好走，每当走到拐弯处时，父亲都会叫道：“儿子，拐弯，小心了！”于是儿子就小心翼翼地把驴子安全地牵过那处险弯。

可是有一次，父亲生病了，不能下山。儿子对他说：“您放心吧，在这条路上走了这么久，我看不见路，单凭记忆也能走过去。”父亲只好让儿子独自牵着驴下山，他嘱咐道：“孩子，一定多加小心。”

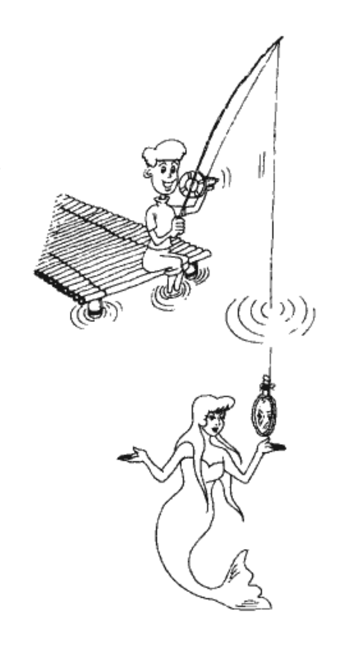
儿子就牵着驴沿着路往山下走，一切都很顺利。这条路他走了十几年，其实没有父亲指路也不会有危险。但是，到了那处险弯，那头老驴停下了，任凭他怎么拉怎么拽也不肯挪动一步。他对着驴子又是吆喝又是哄劝，老驴就是不买他的账，把他急得满头是汗，就是想不出办法。

突然，他灵机一动，学着父亲的语气叫道：“儿子，拐弯，小心了！”

那驴就轻轻快快地往前走了。

分 析

习惯的力量就是这么大！当你养成一个好的习惯时，你也就离成功不远了；但是如果你养成了一个坏习惯，你就会发现想成功是多么困难。



推销员的事例可以非常明白地说明习惯地力量是多么的巨大。

据美国一家调查机构的研究表明：在许多企业，80%的业绩是20%的推销员创造出来的，这20%的人并不是个人魅力超群脱俗，也非能言善道、舌灿莲花，惟一相同的是他们都拥有迈向成功的方法，尽管方法各不相同，但有一个明显的共同之处，那就是有一个很好的习惯。

成功的推销员习惯每天至少打50个业务电话，不管在任何情况下，都会完成这个目标；每天下班的时间固定，从来不会早早地离开；上班的时间里，总是精力充沛，心情愉快；每天晚上都安排好明天的日程，不会在第二天浪

费时间来考虑今天应该干什么。成功的推销员有意识地养成良好的工作习惯，在不知不觉中造就自己的成功，这就是习惯的力量。

每一个人都有自己的习惯，每个人都是习惯的奴隶，一个良好的习惯会使你一辈子受益。

如果你希望成功，不妨在一张白纸上列出能够帮助自己成功的习惯，欠缺什么，那现在就不要犹豫了，尽快养成；在另外一张白纸上列出阻碍自己成功的习惯，这些习惯包括：经常性迟到早退、没有时间概念、注意力分散、打电话时吃东西、不恰当的肢体语言、字迹潦草等，假如你有这些习惯的话，那更不要迟疑，尽快去除它们。

山羊遇虎

——要客观评价自己

从前有个猎人，家里有只山羊，这山羊想找件猎人的兽皮玩，就顺手抓了一张狮子皮，披在身上就上路了。

到了野外，山羊越走越觉得不对劲。一阵风吹草动，只听得一声长啸，一只吊睛白额大虎跳了出来。山羊心里暗想：糟糕，要躲也来不及，这下可完了。

再说那只老虎，仔细看了看，乖乖，原来是只大狮子！要是打不过可惨了，好汉不吃眼前亏，还是快溜吧！

山羊一看，老虎夹着尾巴在往回跑，一闪就不见了，山羊给弄糊涂了。但又一想，对了，老虎肯定认为自己勇敢强壮，因害怕自己而跑掉了。山羊非常得意。它趾高气扬地回到家，夸耀说："连老虎都知道我强壮又勇敢，一见了我就马上逃走了！"

又过了几天，山羊随便拿了一张狐皮挡风，像上次一样，走了没多远就又碰上了老虎。山羊一点儿不怕，大摇大摆地走了过去。老虎见是狐狸，连扑都懒得扑。山羊走到老虎跟前，见老虎还不让路，不由大怒，高声威胁说："畜生，见了我还不滚开！"老虎猛地跳将过去，可怜的山羊，就这样成了老虎的午餐。

分 析

这则寓言讲的是成功要靠真正的能力与本领，而非其他。山羊借狮皮偶然吓跑老虎，并非靠它的本领击败老虎，但它却误认为自己已强大到可以击败老虎，自我评价远高于实力，其失败是必然的。

一个成功的企业往往都有个了解自己能力、了解企业实力的企业家；而一个失败的企业，领导人大都有盲目自大、华而不实、急于求成的毛病。这些都是修炼不到位的表现：偶然搞成了或借助社会关系搞成了一件事，就自认为本领大的不得了，想把摊子摆大，什么不相干的领域都想插一脚，结果在事实面前不得不低了头。

战国时期的赵括就是个自大的典型。战国时，赵国名将赵奢的儿子赵括自幼聪明好学，读了不少兵书，可以倒背如流。每当谈论起军事战略战术，他还可以引经据典，滔滔不绝。许多人赞扬他，钦佩他的才能。赵括听了心里洋洋得意，嘴里情不自禁地说："打仗很简单，没什么了不起。"

几年后，秦国进攻赵国。赵王派赵括为大将前去抵抗秦军。赵括威风凛凛地来到前线，



按照兵书上的条文，重新部署兵力。结果很快陷于被动，不久就被秦军围困，最后弹尽粮绝，被迫突围。赵括被乱箭射死，40万赵军全部覆灭。

盲目自大的人注定要失败。自大是个人和企业发展中的暗礁。

对自己的实力要有清醒的认识，对客观条件的利弊也有清楚的评价，才能采取切实有效的手段，取得成功。

一女想二嫁

——不要异想天开

从前有一户人家，养了一个女儿，到了要找婆家的年龄，父母便开始考虑为她选个好女婿。听说这家要嫁女，说媒的人立即找上了门。同时来求婚的有两户人家：住在东边的一家，家境不错，日子过得挺富裕，可就是儿子长得很丑。住在西边的那一家，儿子长得有模有样，可是家境不好。父母想来想去，总难定夺。

父亲说："把女儿嫁到东家去吧，女儿到了东家，不仅吃喝不愁，我们还可以跟着沾光呢。"

母亲说："那怎么行呢？那个丑女婿我闺女看得中吗？吃得好、穿得好有什么用，日子肯定过得一点也不开心！我看还是答应西家吧，西家儿子的相貌才配得上我闺女!"

父亲一听又不同意，说："长得漂亮有什么用？连肚子都吃不饱照样过不开心！不能让女儿跟着他受委屈。"

老两口思来想去终究拿不定主意，只好把女儿叫出来，对女儿说："闺女呀，你年龄不小了，该出嫁了。这来提亲的两家的情况，想必你也知道了，愿意到哪一家，就由你自己来决定好了。如果你不好意思说出口，就露出一只胳臂来表示。"

接着，母亲开口问："那西家的女婿人长得不错，就是家境很穷。你的意思如何？"

母亲话音刚落，女儿就露出了右胳臂，这表示她愿意嫁到西家。父亲不觉一怔。

父亲赶忙说："东家十分富有，不愁吃穿，只是那女婿长得很丑。你愿意去东家吗？"

不料没等父亲话说完，女儿又露出了左胳臂，这表示她愿意嫁到东家。

老两口都被女儿搞糊涂了，一齐问道："闺女，你这是什么意思呀？"

女儿不慌不忙地说："这还不清楚吗？我愿嫁到东家去吃饭，再嫁到西家去住宿，白天夜晚各去一家……"

老两口又气又急："这可怎么使得？这可怎么使得？"

分 析

这则寓言告诫我们不要异想天开。故事中的这个女儿的想法实在荒唐，明明是鱼和熊掌不可兼得，她却偏偏异想天开，实在不切实际，所有的好事都想得到，在我们看来着实可笑。

但是不能否认我们身边的人，甚至就是我们自己，也在不知不觉地犯着和这女儿一样的错误。

一个普通高校管理专业本科毕业生，欲申请美国前30名大学的金融学博士，声称30名以后的学校不读。他朋友劝他适当降低要求，但他不为所动。最后，这位朋友只好以数据说话："假定金融学博士点排名前30名的大学平均每年提供的奖学金名额是10个，那么，总的奖学金名额是300个。假定有一半的名额给予美国本国学生，另外150个名额给留学生。那么，你自己评估，你是否属于全球150名最优秀的申请人之列？"

这人听后冷静下来后，开始查阅排前50~150名的美国大学。经过认真策划和精心选择，最终被一所州立大学录取并获得奖学金，签证顺利通过。

猫和老鼠

——结盟要有理智

有两只不同的动物住得不远：偷奶酪的猫，咬网眼的老鼠。一天傍晚，有人在枯树洞周围布下一张网。猫一大早外出觅食，掉进网中，面临死亡的威胁。猫吓得立刻大喊"救命"，老鼠随即跑了过来,看到它的天敌身陷罗网别提多么高兴了。这时可怜的猫开口说道："亲爱的朋友，你对我无微不至的关照，世人皆知，你赶紧帮我从这个网里逃出来吧。"

"那我会有什么好处呢？"老鼠问道。

猫马上回答说："我发誓，我将永远是你的朋友，你可以随便指使我。"

老鼠听罢帮助猫摆脱困境。它咬断一个网扣，接着又一个个地咬断网扣，终于将那只伪善的猫解救出来。就在这时，下网的人来了，这两个因各自的利益新结的盟友飞也似的逃走了。待喘息稍平，猫发现老鼠——这个新盟友在远远地注视着自己，百倍警惕地提防着自己。

"啊！哥儿们，"猫说："让我们拥抱吧！你警惕的神情伤透了我的心，你这是认友为敌。难道我会忘记，除了上帝，是你使我获得了新生！"

"但是，"老鼠接着话茬说："我不会忘记你的秉性，没有任何的承诺能使一只猫受到约束，在各自危急的情况下缔结的联盟，谁又会相信它永远靠得住呢？"

分 析

多理智的一只老鼠！不要冲动，不要不切实际。在自然界的食物链中，猫是老鼠的死对



头，永远不可能因为老鼠救了它就不拿老鼠当作自己的食物。

在现实社会中也是如此，要永远记住，竞争的双方只有利益，没有友谊。

宝洁公司的汰渍洗衣粉与联合利华的奥妙洗衣粉是同一档次的竞争对手，因为双方都是知名的国际品牌，价位上也明显高于国内品牌。刚开始双方和平共处，共享中国大陆高价位洗衣粉的广阔市场，但是好景不长，随着雕牌、奇强等洗衣粉的异军突起，1999年汰渍与奥妙都不能坐视了，竞相降价，昔日的和平转瞬烟消云散。

由于外资企业产品的高成本，汰渍开始“想念”以前的黄金时期了，昔日的和平给双方都带来了较高的利益，决定不但不再降价，还立即将汰渍提价，并希望借此市场行动向奥妙发出停战信号，以达到双方继续在中高价位洗衣粉市场上和平共处的目的。可惜奥妙有自己的清醒认识，继续将价格拉到现在的中价位，其结果可想而知：汰渍损失惨重，销量创历史新低，奥妙却捡了个大便宜，稳坐中价位洗衣粉的领导地位。后来汰渍终于从挫折中缓过神来，在2002年把价格降得比奥妙还要低。

在这一案例中，“奥妙”与“汰渍”虽然有过合作，但是不可能永远合作，当有利益冲突的时候，竞争就是必然的，相争是正常的。

巴比松的故事

——克服胆怯

蟋蟀巴比松从小就喜欢弹琴，并梦想成为一名钢琴师，它一直持续不断地跟着名家学习，已经有了很深的造诣。凡是听过它弹琴的，都说它的水平达到了超一流的境界。

在它练琴过程中，曾两次登台演出，都失败了，此后每次登台，它都紧张，生怕再出错，越紧张越失误，形成了舞台恐惧症。

一天夜里，它的好友蛐蛐请巴比松到树枝上弹琴，月光如水，四周一片静谧，巴比松平静地奏起优美的月光曲，和声犹如天籁之音，动人心弦，一曲终结，四周欢声雷动，蛐蛐燃亮灯烛，巴比松才发现到场的有那么多小昆虫，这俨然是一场盛大的音乐会。它成功了，从

此克服了胆怯，成为昆虫王国的优秀钢琴家。

分 析

这则寓言告诉我们克服胆怯心理是成功的首要条件。

有的人在面对陌生人或上司时，会不由自主地胆怯，从而导致交流不畅；有的人尽管自身具有竞争力，但因为害怕自我推销，导致他们在职位提升、薪酬收入和公众认可度方面，远低于他们应该得到的水平。这种胆怯心理对他们职业生涯的发展产生了直接的负面影响。

某跨国公司总裁约翰将胆怯心理的表现分成几类：“过分准备”、“过度专业”、“社交自卑意识”和“怯场”。

“过分准备”是指工作的大部分时间都在做准备，很少付诸实践。

“过度专业”指把大部分时间用在竭尽全力向客户和潜在客户展示专业形象上面。

“社交自卑意识”的表现是不情愿与处于社会经济高层或掌权的人物接触。

“怯场”表现在不愿当众推介。

这些表现无疑会对个人的职场表现和业绩产生影响，给工作造成麻烦。

当你意识到这一点的时候，一定要设法克服它。

有人提出克服胆怯的五点法则：

1.正确地估计自己。

2.要有自信心，切勿自卑。

3.做一些社交技巧的训练。

4.把注意力转移到他人身上。

5.经常做一些松弛训练，以增强神经系统的功能。

要知道，胆怯，不是不能克服的。只要你有决心，多做有意识的训练，就一定可以让“胆怯”这个包袱远离你。

找借口的狼

——拒绝借口

一匹狼天生爱找借口。

它和豹子一起围猎羚羊，结果羚羊从它这里逃出去，它不但不检讨自己，反而说豹子进攻时没有及时通知它。它与熊一起捕鹿，让熊咬伤的鹿脱逃，它抱怨熊咬得太轻。从此，再也没谁与它合作了。它便大声抱怨神给它的形体太小，不够雄壮。当它饥肠辘辘、喋喋不休地抱怨的时候，一头雄狮路过，一把把它抓住吃掉了。

分 析

这则寓言告诉我们不应该为自己的错误找借口，每个人要想发展，要进步，就应该勇于面对自己的错误。正确面对自身的错误是改正错误的前提，而改正错误是自身发展、进步的台阶。

成功和失败看起来似乎天壤之别，但促成它们形成的原因，也许就是一些小小的细节，

小小的习惯。

要成功，就不要给自己寻找任何借口。

美国西点军校200年来的校训就是“没有任何借口”。它强调的是每一位学员要想尽办法去完成任何一项任务，而不是为没有完成任务去寻找借口，哪怕是看似合理的借口，它体现的是一种完美的执行能力，一种服从、诚实的态度，一种负责敬业的精神，其核心是敬业、责任、服从、诚实。

《没有任何借口》一书中有这样一个小故事：

莱瑞·杜瑞松在第一次奉派外地服役的时候，有一天被连长派到营部去，交待给他 7 件任务：去见一些人、请示上级一些事，还有些东西要申请，包括地图和醋酸盐（当时醋酸盐严重缺货）等。杜瑞松决心把 7 件任务都完成，虽然他对怎么去做并没有把握。

果然事情并不顺利，问题就出在醋酸盐上。他滔滔不绝地向负责补给的中士说明理由，希望他能从仅有的存货中拨出一点。杜瑞松一直缠着中士，到最后中士被杜瑞松说服了，相信醋酸盐确实有重要用途，中士终于给了他一些醋酸盐。

杜瑞松去向连长复命时，连长并没有多说话，但是很显然他有些意外，因为要在短时间里完成7件任务确实非常不容易。或者换句话说，即使杜瑞松不能完成任务，也是可以找到借口的。但他根本就没有想到去找借口，他心里根本就没有过失败的念头。后来，莱瑞·杜瑞松被升为上校。

“企业需要没有借口的员工。但是事实上有多少人正在把宝贵的时间和精力放在了如何寻找一个合适借口上，而忘记了自己的职责和责任。寻找借口惟一的好处，就是把属于自己的过失掩饰掉，把应该自己承担的责任转嫁给社会或他人。这样的人，在企业里不会成为称职的员工，也不是企业可以期待和信任的员工；在社会上不是大家可信赖和尊重的人。这样的人，注定只能是一事无成的失败者。”

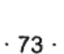
费拉尔·凯普说得没错：“把失败视为朝向目标前进的踏脚石，而不要让借口成为你成功路上的绊脚石!”

抱怨的孔雀

——不要抱怨

孔雀向王后朱诺抱怨。它说：“王后陛下，我不是无理取闹来申诉说情，您赐给我的歌喉，没有任何人喜欢听，可您看那黄莺小精灵，唱出的歌声婉转而甜蜜，它独占春光，风头出尽。”

朱诺听它如此言语，严厉地批评道：“你赶紧住嘴，妒嫉的鸟儿，你看你脖子四周，是一条如七彩丝绸染织的美丽彩虹；当你舒展着华丽羽毛出现在人们面前时，大家就好像见到了色彩斑斓的珠宝。



“以你如此的美丽，你难道好意思去嫉妒黄莺的歌声？和你相比，这世界上没有任何一种鸟能像你这样受到别人的喜爱。一种动物不可能具备世界上所有动物的优点。

“我分别赐给大家不同的天赋，有的天生长得高大威猛；有的如鹰一样勇敢、隼一样敏捷；乌鸦则可以预告征兆。大家彼此相融，各司其职。所以我奉劝你不要再抱怨，不然的话，作为惩罚，你将失去你美丽的羽毛。”

分 析

这则寓言讲的是不要轻易抱怨的道理。孔雀有华美的羽毛，却还要抱怨没有黄莺的歌喉。要知道，尺有所长，寸有所短。

画家列宾和他的朋友在雪后去散步，他的朋友瞥见路边有一片污渍，显然是狗留下来的尿迹，就顺便用靴尖挑起雪和泥土把它覆盖了，没想到列宾发现时却生气了，他说，几天来我总是到这儿来欣赏这一片美丽的琥珀色。在我们生活中，当我们老是埋怨别人给我们带来不快，或抱怨生活不如意时，想想那片狗留下的尿迹，其实，它是“污渍”，还是“一片美丽的琥珀色”，都取决于你自己的心态。

有的人对外界条件不满，于是不停地抱怨，抱怨上司无能、同事狡诈、工资太低、制度不公平、事业没有发展空间，他们抱怨一切客观条件，却从不想自身的主观原因，仿佛所有的因素都是生来就和他作对。

可实际怎么可能是这样的呢？一个人百般不得志一定有其自身的原因，不可能完全是客观因素造成的。

每个人都应该反思其主观原因，而不应该一味抱怨。如果是客观条件确实阻碍了个人才能的发挥，那么就应该行动起来去改变环境，抱怨有什么用呢？恐怕不会赢来别人的同情，倒会让人厌恶呢。

那些家境贫寒，靠自己白手起家的成功人士，创业之初都是不满足于生活的贫困，但他们没有抱怨自己出身微寒，没有嫉妒那些富家公子，而是用自己的双手，用劳动和汗水改变了命运。

我们应该做奋斗自强的人。自强的人不会沉溺于抱怨，他们会行动自救。

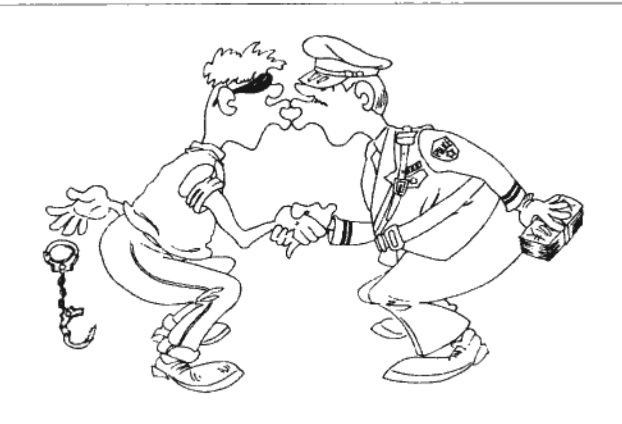
相互羡慕的小兔和小鸭

——发现自己的优势

动物园里举办小动物技能培训班，小兔和小鸭踊跃地报上了名。

第一节课，熊老师教小动物们跑步。小兔非常高兴，它一口气从起点跑到终点，得了第一名。小鸭非常难过，因为它怎么也跑不快。小鸭非常羡慕小兔能跑得飞快，就让小兔教它赛跑。小兔辛苦地教，小鸭也学得非常努力，可是几天过去了，小鸭还是一扭一扭的，跑得慢极了。

几天后，熊老师开始上第二节课，这节课的内容是游泳。这下小鸭高兴了，它扑通跳到水里，快活地游着，好不自在。可是小兔难过了，它都不敢走到水里去。小兔非常羡慕小鸭游得那么好，就让小鸭教它游泳。可是小兔刚一下水，就差点被淹死。



从此，小兔迅捷地奔跑，小鸭快活地游泳，它们再不相互羡慕了。

分析

这则寓言告诉我们:要学会发现自己的优势，而不要费尽心思在你无力改变的弱点上。

小兔天生擅跑，却是下不得水的。小鸭擅长游泳，却跑不快。这都是天性，后天怎么努力也无济于事。

人也是如此，有些东西不能改变或难以改变。有些弱点即使能够改变，也要花去大量的时间和精力，勉强以己之短去和他人之长比拼，结果绝不会乐观。与其如此，还不如用这些时间和精力来发现自身长处，进而凭借这些长处获得成功。

音乐指挥舟舟就是这样一个人。他是目前世界上惟一的一位弱智音乐指挥。舟舟在成长过程中扬长避短，挑战极限，最终，把自己发展成为一个低智商和高音乐天赋奇妙统一的孩子。他的父亲把他的音乐天赋发掘出来，让一个弱智孩子创造了人生的奇迹。近年来，他已成功指挥了包括美国国家交响乐团、美国辛辛那提交响乐团、中国歌剧芭蕾舞剧交响乐团在内的十几支中外交响乐团，足迹遍布国内外。

类似的情况不胜枚举。据媒体报道，在美国的亚拉巴马州一户普通农民家中，有一个名叫汤姆·威吉斯的弱智儿。在汤姆 6 岁那年，庄园主家中来了两位女钢琴家，在家庭晚会上，这两位女钢琴家演奏了钢琴曲。夜深了，客走人散。忽然，庄园主家的客厅里又传出美妙而动听的钢琴声，曲子正是当晚那两位女钢琴家演奏过的，而演奏者竟然就是从未学过钢琴的小汤姆。就这样，汤姆天才的音乐“潜能”被发现了，在此后的25年当中，他享誉美国和欧洲，到处做巡回演出，赢得了无数的观众和掌声。

上面的实例都在说明这样一个道理：不要为你的弱点苦恼，因为你还有足以使你成功的优点。把它们充分发挥出来吧。

鹰王的统治

——建立权威

老鹰王去世后，鸟族内一片混乱，枭族与隼在激烈地争夺统治权，鸟儿分成两派厮杀，

不得安宁。鹰王子从远方归来，可没哪只鸟认它。在一个晴空万里的日子，枭与隼对峙之时，鹰王子一举撕碎了枭王，啄瞎了隼的首领，百鸟吓坏了，纷纷前来朝拜。鹰王子与百鸟盟誓，只要鸟们服从统治，它就保护它们的安全。此时，百鸟只是害怕，大多并未心服。

一天，一只受伤的雁被狮子捉住，它仰天哀鸣，鹰王子闻讯赶来，对狮子说："你为兽王，我为鸟王，我以名誉担保，请你放了大雁吧，我们今后互不侵犯！"狮子说："你多次伤害兽类，空口不足为凭，你把鹰卵给我十个作抵押吧！"

鹰王忍痛答应。

从此，百鸟再也不敢冒犯鹰的权威了。

分 析

人和人之间的交往，不是你影响别人就是别人影响你，或者互相都有影响。至于谁最终妥协，那就要看谁的意志力不够坚强了。

当你能够成功地影响别人的时候，你就是一个成功的领导者了；当你不能影响别人，反而被别人影响的时候，那么相应的你就是一个下属。

所以要想成功，就要学会影响别人，树立自己的影响力，这是成功的必然前提。作为领导者，须建立自己的权威，树立自己的威严与影响力。对待自己的下属，要说话算数，一是一，二是二，威严有力，坚决果断，切忌被下属左右。

现在盛行的"领导力学"习惯把领导力细分为两个方面，一个就是权威力，另外一个就是影响力。前者指的是制度给予的权威、权力，后者指的是个人的人格魅力、个人所具有的凝聚周围人的力量。

现在对领导力有一个普遍的共识，那就是依靠个人影响力，从而树立自己的领导力，只有这样才是成功的领导。如果一味地依靠组织、制度上所给予的权威、权力来树立领导力，那无疑是不会长久的。

有一所大学新调来一个校长，这位校长不仅不学无术，还骄纵跋扈。他认为自己就是这所大学的家长，下属都是不成年的小孩，总是动用自己制度上所拥有的权力，与这所大学的所有教职师生员工对立，最后不得不卷铺盖走人，这自然是一个失败的领导人。

毫无疑问的是，领导在平时一定要注意自己的言行举止，因为你的一举一动都将影响到你的部属，所谓"上行下效"，谨防"上梁不正下梁歪"。

请记住，领导力不仅仅是权力，更是个人的影响力。当你树立起自己的影响力的时候，你才能真正领导下属取得成功。

宁为懦夫

——保持清醒的头脑

一个马戏团乘坐火车巡回演出。他们乘坐的车厢坏了，狮子跑了出去。经理召来了他手下身强力壮的人，并说："入夜之前，你们到林子里去找狮子。我会给你们一些酒，酒会给你们勇气的。"

所有的人都喝了好几口烈酒。夜很冷，又很危险，需要勇气——但约瑟夫·奥布赖恩拒

绝了。他说："我只要苏打水。"

经理反对说："但你更需要勇气！"

奥布赖恩回答道："这样的时候我不需要勇气，因为这些时候是危险的——黑夜和狮子。勇敢会有危险，我宁可做个懦夫，而保持清醒。"

分 析

英雄不是莽汉，适当的时候要做一个"懦夫"。

其实，历史上可以说明这个道理的事例不胜枚举。韩信甘受跨下之辱，越王勾践卧薪尝胆……

罗贯中著就的《三国演义》里面，宁为"懦夫"、审时度势的故事很多。其中曹操杀董卓就是非常有代表性的案例。

公元189年9月，董卓废汉少帝刘辩，改立陈留王刘协为汉献帝。然后，董卓自任相国，已有谋反之心。

司徒王允假借生日之机，秘密联络群臣，意图刺杀董卓。骁骑校尉曹操在宴会上承诺："操虽不才，愿即断董卓头，悬之都门，以谢天下。"曹操说："近日操屈身以事卓者，实欲乘间图之耳。今卓颇信操，操因得时近卓。闻司徒有七宝刀一口，愿借与操入相府刺杀之，虽死不恨！"王允借给他宝刀，曹操怀揣宝刀离开了宴会。

第二天，曹操带着宝刀，来到相府，意欲行刺董卓。不想被董卓在镜子中看到了曹操手持宝刀，而董卓的第一猛将吕布又在董卓的身边。这时候曹操如果要继续行刺，无异于以卵击石，自取灭亡。曹操乃持刀跪下曰："操有宝刀一口，献上恩相。"卓接视之，见其刀长尺余，七宝嵌饰，极其锋利，果宝刀也，遂递与吕布收了。曹操快马加鞭逃出了洛阳城。

曹操是一个高明的刺客。在紧急关头灵活机智，没有认死理，关键时刻装了一把"懦夫"，否则根本无法保全自己的性命。

由此可见，曹操是一个有理智的英雄，而不是一个意气用事的莽汉。试想，如果曹操不随机应变，认死理，哪里能有后来的假皇帝诏，聚集天下群雄把董卓赶出洛阳，与天下群雄



争霸；平定北方；与刘备、孙权三分天下，为一统中国做好准备？

夫胸怀大志者不拘小节，讲的就是这个道理。宁做一时“懦夫”，能屈能伸，等待时机，东山再起，不逞一时之快，彻底丧失成功的可能性。

家鹅与天鹅

——学会临危不惧

有一个富裕人家的庭院里训养了许多的飞禽，天鹅和家鹅都在水中游弋。天鹅供客人观赏，家鹅则饱主人口福。

它们在园中水池里比肩漫游，一个说自己是花园中的常客，另一个则夸耀自己是主人家的贵宾。它们时而随波逐流，时而扎猛子觅食，尽情享受着戏水的乐趣。

这一天，厨师多喝了两杯酒，酒眼昏花地错把天鹅当家鹅。他一把揪着天鹅脖子就准备杀死它，好去做一碗汤。天鹅面临着死亡，并没有表现得惊慌失措，而是异常镇定，唱着自己最擅长的美妙歌曲，摇曳着自己优美的脖子，惊得厨师酒也醒了。厨师发现自己的错误后，他说：“怎么了，我竟将这歌唱家拿来做肉汤？我竟将这舞蹈家拿来饱餐？不，我要是割断了这美妙的歌喉，杀死这美丽的生命，还不知上帝将如何怪罪于我呢。”天鹅终于化险为夷了，而家鹅再次难逃一死，虽然拼命哀求，但是终免不了成为主人的腹中物。

分 析

这则寓言告诉我们的是成功者需临危不惧的道理。

天鹅面对被杀的危险，表现镇定，毫不惊慌，它成功地让厨师清醒过来，从而改变了自己的命运。

临危不惧的好处在于不让身处的情形干扰你正常的思维，即使情况危急，仍保持理智，全面权衡、周密谋划，因而提高决策的成功率。

对于普通人来说，临危不惧可以在危急关头保身活命，可以在危机来临时游刃有余。

对于从事特殊职业的人来说，如果没有临危不惧的品格，就不能很好地完成其职业使命，也不可能获得事业上的成功，如警察、战士、记者、飞行员、宇航员等。对于有着高尚节操的人，临危不惧则可以使其事业成功，甚至青史留名。

三国时期，诸葛亮的“空城计”就是危难时刻毫不惊慌、急中生智的表现。在司马懿大兵压境的危急时刻，诸葛亮独守一座空城，守又守不住，逃又逃不脱。

在这种情况下，诸葛亮稍一沉吟，马上传下命令：把城内所有旗帜全放倒，藏匿起来！城内士兵，各自隐在驻地房舍、围墙内，不许乱动乱叫，如果违令不遵者，立斩！然后，又下令：大开东南西北四面城门，每一门前，派20名老少军兵打扮成老百姓模样，洒水扫街，不许神色慌张，举措不当。如果魏军冲到城前，也不能退入城内，仍要一如既往。

然后，他高坐城楼之上，悠然抚琴。结果司马懿以为城内有埋伏，虽有千军万马，也不敢闯这座空城。

驴子的坏主意

——学会因时因势

从前，有个商人在镇上买了很多盐。他把盐装进袋子里，然后装载于驴背上。驴子却觉得盐袋太重了，便情不愿地走着。

在渡河时，驴子东倒西歪地跌倒在河里。盐袋里的盐被水溶掉，全流走了。“啊！盐全部流失了。”商人发着牢骚。可是驴子却高兴得不得了，因为行李减轻了。

这是个好办法，嗯！把它记牢。驴子想。

第二天，商人又带着驴子到镇上去。这一次不是盐，而是棉花。

“走吧！回家！今天的行李体积虽大，可是并不重。”商人对驴子说，并拉动了缰绳。

驴子一副负担很重的样子，慢吞吞地走着。不久又来到河边，驴子想到昨天的好主意。于是，驴子又故意摔倒在河里。

“顺利极啦！”驴子心里面暗自得意。

这时驴子想站起来，但使尽了力气也没办法站起来。因为棉花进水之后，变得更重了。

“失算了，真糟糕！”

它实在没有力量负荷起浸满水而变得沉重无比的棉花，最后终于淹死在河里。

分 析

上面这则寓言非常清晰地告诉我们这样一个道理：任何通过实践得来的经验都是宝贵的，但不是任何时候都是有效的。要根据时间和形势的不同选择利用不同的策略才能收到效果，否则就是聪明反被聪明误了。

《三国演义》第十八回张绣见曹操大军后撤，马上带精兵追击，贾诩苦劝没有结果。最后大败而归。当张绣回来时，贾诩又对他说：“赶快领兵回去，再战必胜。”张绣说：“我不听先生之言，以致此败，现在既然败了，怎么又要追击？”贾诩说：“兵势有变，快追必



有利。”张绣便召集散兵败卒又去追曹操，果然大胜而还。

张绣得胜归来后，问贾诩：“我用精兵追曹操撤退之军，而先生说必败；后来用败兵追击曹操的胜军，而先生说必胜。果然都如先生所说，这是甚么道理呢？”贾诩说：“这很明白，将军虽善用兵，但不是曹操的对手，曹军虽退，曹操必亲自断后，将军追兵虽精，但曹军兵将之精也是天下无敌，所以料定将军必败。曹操与将军战并无失策之处，他军力未衰而无故退军，肯定是国内出了事情，他已经战败将军，必定急于撤退，不会想到将军再次杀回，所以留下断后的一定不是精兵良将，不是将军的对手。所以将军虽用败兵却能取胜。”

《三国演义》中的这一故事告诉我们，当你认为绝对可以成功的时候，其实因为环境的变化你可能会遭到失败；当你认为不能成功的时候，事实上，还是因为环境的变化，你可能会轻松获得胜利。这一切都取决于你是不是对环境有一个正确的估计与判断。寓言“驴子的坏主意”说的就是这个道理。

毛驴的选择

——舍得放弃

雪花开始飘落，毛驴还没有备足过冬的草料，一向虔诚的它向天神求救。

天神说：“到山谷中去吧，那里有两垛草料，但你只能选一堆。”

毛驴来到山谷中，左右各有一堆，左边的草料好，而量不足，右边的数量足，而草质差。毛驴站在中间不知选哪堆好，最后活活地饿死在那里。

分 析

所谓“舍得”，有舍才有得。没有勇气舍掉一些的人，就得不到更多更重要的东西。

希望集团刘氏兄弟在《福布斯》中国富豪榜排名第一位，个人资产总计达到83亿元，与一般的创业者不同的是，刘氏兄弟一开始就悟透了“舍得”二字。

运气偏爱勇敢的人。刘氏四兄弟刘永言、刘永行、刘永美、刘永好，本来都在国家企事业单位，都有一份好工作。

老大刘永言在成都906计算所工作，老二刘永行从事电子设备的设计维修，老三刘永美在县农业局当干部，最小的刘永好在某校任教。

他们没有像大多数有条件的创业者那样脚踏两只船，随时做着创业失败后洗脚上岸的准备。他们舍弃稳定的工作，从孵小鸡、养鹌鹑开始，根据实际情况不断调整发展方向，一直发展到饲料、电子、房地产、金融和资本运作，多元经营，多管齐下，终成大业。

如果刘氏四兄弟不舍得当时很好的工作，不敢放手创业，肯定就不是今天的中国首富。如果你想自己创业，就要舍得放弃现有的安逸和优越。

舍得放弃的实质，就是在人生中要学会使用减法，有不少人，不懂得使用减法，对加法偏爱有加，不断添加一些不必要的东西，结果，在人生的道路上，由于背负太多，难以实现自己的首要目标。

而那些深谙减法玄机的人，为了最重要的，舍弃不必要的，在理想的征程中轻装前进，顺利达至目标。

蛇的悲剧

——学会抓重点

蛇们幸福地生活在一个潮湿的山涧中，已经有好多年了，但今年夏季有些不妙，一只雕不知从何处来，已经有好几条蛇成了它的美餐。

蛇们赶紧召开大会，准备选出蛇王，带着大伙迁走，因为“蛇无头不行”。

为了保证选举的公正性、合法性，蛇开始制定选举的程序，在关于投票点和计票方法的安排上，大大小小的蛇发生激烈的争执。一连两个月，这个问题都没有得到很好的解决。

到了第三个月，它们已没有必要争执了，因为它们都成了雕的果腹物。

分 析

蛇们的悲剧在于没有分清主次，没有解决好主要矛盾。

大到一个国家、组织，小到家庭、个人，要有所成就，就必须在作决策、办事情的时候分清主次，抓住重点。

作为一个在现代社会想有所发展的年轻人，最关键的问题是选择一个自己喜欢的事业，并针对目标，锻炼提高自己的核心能力，而不是盲目地跟风。

有些人不懂得分清主次，解决好主要矛盾，眉毛胡子一把抓，看似考虑得相当全面，其实，这里却隐藏着“丢了西瓜，抓住芝麻”的风险。从这个意义上说，在日常生活中，不管碰到什么事，首先，要抓解决问题的关键所在，如果把主要矛盾解决好，枝枝节节的小问题就会迎刃而解。

马熊的悔悟

——掌握别人对你的评价

森林里有一只性情暴躁的马熊，凡与它相处的动物，一言不合就会被它殴打，轻者皮肉受伤，重者骨折筋断。但它并非一无是处，作为森林中的强者，它一次又一次地击退了外敌对他们领地的入侵，保护了小动物的安全。因此，马熊自认为自己行侠仗义，英雄无敌，是领地最受尊敬者。

有一天，一头极其雄壮的野猪来犯，为了把它驱逐出境，马熊与野猪激战三天三夜，从山峰战到山谷，并远远地离开了这片森林。第四天夜晚，遍体鳞伤的马熊归来了。它发现森林里正在举办庆祝会，它以为是其他动物庆祝它的归来。没想到远远就听到狐狸刺耳的叫声：“为了马熊的死去干杯。”马熊震惊了，它这才真正明白自己在动物们心中的地位和形象，它羞愧万分，从此性情大变，改恶向善，后来被公推为领地之王。

分 析

这则寓言告诉我们要学会掌握别人对你的评价，只有这样，我们才能更好地认识，了解自己。俗话说："知己知彼，百战不殆。"我们要成功，首先，就应了解自己。

王雁的《普通心理学》讲到：一个人对自己的认识，在很大程度受他人评价的影响。这如同人对着镜子来认识自己的模样一样，由于人的活动范围比较大，经常从属于不同的团体，接触不同的人，每个团体、每个人对你的评价就是一面镜子，这样就可以通过不同的镜子来照出多个自我，这样，个体就能较全面地认识自己，从而促使自我意识的不断发展。

俗话说"旁观者清"，因此，不要对逆耳之言过于敏感，他人的评价往往比自我评价更具有客观性和真实性。通过分析别人对你的评价来了解你自己，包括你的优点和缺点，你擅长的领域与需要回避的领域等，这些信息有助于你作出明智的选择和决择，通过别人对你的评价，还可以及时掌握你是否与人沟通不够，是否使人产生误会，这样也便于及时解释澄清。

研究大脑行为科学的心理学家丹尼尔·高曼在《先决领导》一书中提出领导者应"找寻理想我"和"找寻现实我"。

其实，不光领导者，普通的员工也应该如此。"找寻现实我"的最大困难在于，"现实我"必须从周遭人的回馈中获得，回馈就像一面镜子，显露出现实中的自我形象。问题在于，如果周遭的人基于好意而隐藏真实想法，这就像一面扭曲的镜子，无法呈现出一个人真实的形象。

向周围的人征询他们对你的看法，不失为是一个好方法。这些人包括了家人、工作伙伴、老板、部属，甚至客户，综合他们对你的评价，就像把一块一块的拼图组合起来，慢慢呈现出一个现实中的自我图像。

一旦"现实我"的图像浮现，每个人都可以从中发现自己的长处何在，与"理想我"之间的落差何在。有决心的人不会沉醉在别人对他的正面评价中，反而会积极寻求方法了解别人对他的批评，并且对症下药，以"现实我"为基础，拟好计划，朝着"理想我"前进。

误打误撞的苍蝇

——随机应变，即兴发挥

蜜蜂嗡嗡和苍蝇鲁鲁无意中飞进了同一只瓶子，瓶子底对着窗户。

嗡嗡看到瓶底的光亮，于是不停地向着光亮飞翔，结果每次都重重地撞上瓶底，一直到它力竭倒毙。

苍蝇鲁鲁可不管什么光亮不光亮，不到两分钟，它就穿过瓶子的瓶颈飞走了。

分 析

蜜蜂是比苍蝇聪明的昆虫。它知道出口大都在光亮处，于是它始终向着光飞去，却不知那是一条死路。而苍蝇面对困境，没有被常理和经验束缚，而是及时调整，多角度探寻，通过努力找到生路。

在社会生活中，不乏死守经验而失败、随机应变取得成功的事例。

当年，爱迪生发明白炽灯，为寻找适合做灯丝的材料，他反复试验，被他装进玻璃泡做灯丝的材料多达一千五六百种。最后，他成功地解决了灯丝材料问题。

依据周围的客观情况，适时灵活地调整策略和努力方向，是无数取得成功者的秘密。

当外部环境发生变化时，只有随机应变，才可能穿越人生的沼泽地，到达成功的彼岸。

对于艺术领域的人尤其如此。有的钢琴演奏家就以即兴、随意的发挥为其风格，得到听众的赞赏和业界的认同。

俄罗斯的普雷特涅夫就是这样一位天才音乐家。他极富创造力和想象力，看过他演出的人都知道，普雷特涅夫对作品的演奏已经达到“随心所欲不逾矩”的程度，每次演出都有即兴的发挥和创造。他的音乐不是依赖记忆中的完美典范，不是一次次重复精心思考过的典范，而是临场发挥的即兴之作。

相声艺术的一代宗师侯宝林也最擅长即兴发挥。马季先生曾经在一篇回忆的文章里写到这样一个片断：“有一年，他（侯宝林）在西单演《婚姻与迷信》，正讲道：‘……前面一个火盆，旁边人举着一杯酒，新娘子迈过去的时候，往上面一洒，火苗子起来，预示他们以后生活旺旺腾腾，您说这要把裤子烧了怎么办？’下面‘哗’地笑了。正巧这时外面消防车过去，‘呜哇呜哇……’观众都往外面看不知道怎么回事，场里乱了，侯先生非常镇静地说：‘各位，各位，您听见了没有？这不定哪家结婚把裤子点着了。’‘哗’，观众一乐，都又回来聚精会神地听相声了。”

上述事例都说明即兴发挥往往会达到正常状态下难以达到的良好效果。所以，有灵感的时候，多试试即兴发挥吧。

狗熊酿酒

——学会化害为利

狗熊是动物王国的著名酿酒师，它拥有一大片葡萄园。每年秋季，它都用园中的葡萄酿造出极为鲜美的葡萄酒，它也因此获得极为丰厚的收入。

不巧有一天，气候骤变，在葡萄成熟的季节，一场无情的风雪来临了。狗熊没来得及收获，所有的葡萄都被冻坏在园中。

森林里的动物们见状，遗憾今年喝不到葡萄美酒的同时，纷纷来慰问可怜的狗熊。狗熊极为郁闷，但它突然想到，冻坏的葡萄难道就不能酿酒吗！它豁然开朗，立即动手试验。没想到，动物们不仅能喝到美酒，而且还喝上了别具风味的冰葡萄酒。狗熊大获成功。

分 析

这则寓言讲的是化害为利的道理。在企业和个人发展上，这个道理表现为一种处理危机、化害为利的能力。

百事可乐的“针头事件”就是现代社会“化害为利”的典型案例。

百事可乐与可口可乐几度争抢碳酸饮料市场霸主地位。但在激烈竞争过程中，一次突发事件险些使百事可乐被挤出市场，这就是“针头事件”。

久闻百事可乐清新爽口的威廉斯太太从超级市场买了两筒百事可乐给孩子。回家后，喝

完一筒，觉得味道不错，无意中将罐筒倒扣于桌上，竟然有枚针头被倒了出来。威廉斯太太大惊失色，立即向新闻界播出此事，可口可乐公司也趁机大肆宣传自己的产品，一时间，百事可乐变得无人问津。

百事可乐公司一获知“针头事件”消息，立即采取措施，一方面通过新闻界向威廉斯太太道歉，并请她讲述事件经过，感谢她对百事可乐的信任，感谢她给百事可乐把了质量关，给予威廉斯太太一笔可观的奖金以示安慰。还通过媒体向广大消费者宣布：谁若在百事可乐中再发现类似问题，必有重奖。另一方面，公司在百事可乐生产线上更加严格地进行质量检验，并请威廉斯太太参观，使威廉斯太太确信百事可乐质量可靠，并赢得了这位女士的赞扬。此举不但消除了“针头事件”的不良影响，并在消费者中树立了诚实和勇于正视自身错误的良好形象。

可乐中居然会有针头，这是百事可乐从未遇到的，是几乎不可能的事件，并且发生得如此突然，直接影响到公司的信誉、市场占有率和竞争力。百事可乐公司获知“针头事件”后，及时、迅速、果断地推出上述一系列措施，把突发的危机不利事件向有利于自己的一面转化，缓解了矛盾，打消了消费者的顾虑，刺激了消费者的好奇心，不仅没有使销量下降，反而使购买百事可乐的消费者倍增。”

这是个典型的危机公关、化害为利的事例。当你自己和你的企业遇到危机时，妥善地处理它，就可能使危机变成转机！

上帝叫我去散步

——学会适时休息

上帝给了一个工作特别繁忙的人一个任务，让他牵着一只蜗牛去散步，上帝对他说：“给你一个任务，牵着这只蜗牛去散步吧，不要放开它。”

于是这个人带着上帝给他的任务，牵着蜗牛去散步。

他不能走得太快，虽然蜗牛已经尽力往前爬，但每次只能挪那么一点点。

他不停地催促它，大声地呵斥它、责备它，蜗牛用抱歉的眼神看着他，仿佛说：“人家已经尽全力了！”

他使劲拉它，他甚至想踢它，蜗牛受了伤，流着汗，喘着气，往前爬。但是还是那么慢吞吞的。

这个人就想，真奇怪，为什么上帝叫我牵一只蜗牛去散步？这对于我来说简直就是折磨，对于蜗牛来说也是煎熬！

他不禁昂头向天质问：“上帝啊！为什么？”天上一片安静，上帝没有回答。

唉！也许上帝又去抓蜗牛了！

这个人想，好吧！松手吧！反正上帝已经不管了，我还管什么？

任蜗牛往前爬，这个人就跟在后面生闷气。

突然间，他闻到了花香，才知道，哦，原来这边有个花园；他又感到微风吹来，才知道，哦，原来夜里的风这么温柔；他又听到鸟叫，听到虫鸣，看到满天的星斗亮丽多姿。咦？以前怎么没有这些体会？

他忽然想起来，原来他弄错了！上帝是叫蜗牛牵他去散步啊。

分 析

这则寓言告诉我们适时休息的道理。

人的一生通常会处在竞争之中，有竞争才有压力，压力是一个人生活中不可回避的组成部分。压力对于不同的人有不一样的作用，关键是看当事人的心态和应对方法。

当我们想到科学家的时候，总是觉得他们每天过着有意义但是单调枯燥的生活。其实并不是这样的。世界著名的科学家、相对论的创始人爱因斯坦就是一个懂得适当休息的人。在他考取瑞士苏黎世工业大学之后，尽管学业异常繁忙，他仍然坚持抽出一定的时间去散步，并经常在周末的时候出外旅游和划船，小提琴也是爱因斯坦的毕生爱好。他认为只有通过文体活动和适当的休息，才能获得充沛的精力，保持清醒的头脑，使工作效率倍增。爱因斯坦还根据自己的亲身体会，总结出一个公式，即 $X = A + B + C$。X代表成就，A代表劳动，B代表休息和活动，C代表少说废话。他把这个公式的内容概括成两句话：工作和休息是走向成功之路的阶梯，珍惜时间是成功的重要条件。

更有意思的是,爱因斯坦的夫人虽然不明白丈夫的科学研究、不知道什么是“相对论”，但是她非常懂得如何让丈夫获得充分的休息。比如她会邀请朋友在家聚会，并请求丈夫也参与其中。

正如马克思所说的那样，不会休息的人是做不好工作的。因此当伏案工作累了，一定要站起来随便走动走动；走路跋涉累了，可以坐下来用热水烫烫脚；干体力劳动累了，停下来抽一袋烟可以很好的恢复体力。

可怜的青蛙

——留心环境的变化

青蛙呱呱身体很强壮。有一天，呱呱在小河边玩耍的时候被一个调皮的男孩子逮住了。这个男孩子想用沸水把它烫死，就把呱呱扔进一口沸水锅里，青蛙呱呱受到剧烈的刺激，奋力一跃，跳出了沸水锅，成功地保住了性命。

然而呱呱的悲剧命运还没有结束。男孩子又想出了一个新花样：他先把锅里的沸水倒出，又在锅里加满冷水后，把呱呱放进去，呱呱觉得很适应，也很舒服，就不想跳出去。可是男孩子开始慢慢给水加热。水开始是凉的，水温升高的速度也很慢，随着水温逐渐升高，感受到危险的青蛙呱呱试图跳出热锅，但为时晚矣。活蹦乱跳的青蛙呱呱就这样被烫死了。

分 析

任何时候都要注意环境细微的变化以及这些变化所隐含的趋势。如果不注意外部环境的变化，用过去的心态面对已经变化的现实，其结局只能是一败涂地，惨不忍睹。相反，如果我们能够及时注意环境的变化，并且随着环境的变化不断变换战术，那么，迎接我们的一定是丰硕的果实。

现实生活中有很多企业或个人，曾占据领先地位，呼风唤雨，但他们往往忽视或误解了环境变化中的征兆，最后导致自身的优势逐渐地丧失，到最后甚至无法得以“善终”。

1973年，卡里出任IBM总裁后，毅然决定从事个人计算机的研制开发。IBM虽然十分强大，但要完成这一项目，仍需合作。于是IBM公司给比尔·盖茨打电话，引起了盖茨极大的兴趣。当蓝色巨人IBM放下飞机的旋梯时，比尔·盖茨抓住了这稍纵即逝的机会。

后来比尔·盖茨成功与IBM合作，IBM·PC研制成功了，微软DOS也因之而成为行业的惟一标准。

由于IBM·PC销量日增，MS-DOS的影响也与日俱增，为其开发的应用软件也越多，这更加巩固了其基础地位。IBM与比尔·盖茨都从这次合作中获益匪浅。

然而具有鲜明对比意义的是，IBM最后几乎退出了PC市场，原因在于微软尽管为IBM准备了个人电脑操作系统软件，但将其制作成两个名称不同的版本：IBM·DOS和MS·DOS，二者源码和界面一致。微软将前者（包括源码和商业机密）转让给IBM，却保留了后者的版权。IBM接受这一方案，并未收购"天下所有DOS的版权"。在IBM·PC获得成功后，微软将MS·DOS许可给所有其他的个人计算机厂商，致使廉价的IBM兼容机遍地都是，都来与IBM品牌机竞争。试想，当初要是IBM明晰市场的变化，限制微软将MS·DOS卖给其他个人计算机厂商，收购DOS的版权，现在一统PC天下的可能就是IBM。

当IBM发现自己其实并没有从与比尔·盖茨的合作中受益之后，再想限制微软的发展就比登天还要难了。

寓言很简单，但给人的启示却颇多。人虽然有自己行为的主观能动性，有从不适应到适应、从新的不适应再到新的适应的能力，但是当环境的变化不明显时，也可能犯类似青蛙的错误。

张飞鸟撞头

——不要害怕失败

南方的森林有一只鸟，名字叫张飞鸟，它对自己的要求非常高，绝不允许自己犯错误。有一天，它无意中飞到一户人家的屋子里，这位主人外出时随手把门给带上了。张飞鸟找不到出口，十分自责。它懊悔地一次一次以头撞墙，以此来惩罚自己。它越撞越气，越气越撞。当主人归来时，在地上捡到了一只撞破脑袋的死鸟。

分 析

每一个渴望成功的人都应该吸取张飞鸟的教训，永远不要害怕失败，永远不要丧失尝试的勇气。

"失败是成功之母"说的就是这个道理，当你连连失败的时候，不要灰心丧气，要知道，你距离成功的距离是越来越短了。

因为，虽然我们又一次没有找到正确的方法，但是换向思考一下我们就会发现，我们成功地找到了行不通的途径。

医学科学家乔纳斯·索尔克博士就是通过200次不成功的试验成功地找到了"行得通的途径"，最后，第201次实验发现了脊髓灰质炎（俗称小儿麻痹症）的疫苗，结束了这一病症对人类的肆意蹂躏。有一次人们问他："你取得了如此卓越的成就，彻底结束了脊髓灰质炎



的肆虐，取得这样的成就后，你是怎么看待先前的200次失败呢？”索尔克博士这样回答：“我这一生中从来没有经历过200次失败。我的字典上没有‘失败’这个词。前200次尝试增加了我的经验，让我学到很多东西。实际上是我做了201次发现。没有前200次的学习，我不可能得到这样的结果。”

很多事业成功的人物都有过失败的经历，但是他们并没有意志消沉、丧失斗志和畏缩不前，成功之路就像饥饿的人去吃饭一样，当你已经吃了5个馒头但是还没有饱的时候，不要放弃，因为你只要再吃一个就会发现自己已经不再饥饿了。5个馒头都吃了，再吃一个又何妨？已经失败多次了，再失败一次又何妨呢？

其实，失败并不可怕，可怕的是我们失去再次尝试的勇气。寓言中的张飞鸟不能正视失败，同时，也丧失了再次尝试的勇气。结果，只有死路一条。在人生的道路上，由于客观环境和情况的变化，对于完全陌生的境况和事物，失败并不是完全能够避免的，这里最重要的是自己的心态、理性，如果能有正确的心态，理性地面对失败的源头，那么成功的鲜花就已开始向你绽放了。

被困扰的狮子

——困境即是赐予

有一天，素有森林之王称号的狮子，来到了天神面前：“我很感谢你赐给我如此雄壮威武的体格、强大无比的力气，让我有足够的能力统治整座森林。”

天神听了，微笑着问：“但是这不是你今天来找我的目的吧！看起来你似乎被什么事困扰呢！”

狮子轻轻叹了一声，说：“天神真是了解我啊！我今天来确实有事相求。因为尽管我强大无比，但是每天鸡鸣的时候，我总是会被鸡鸣声给吓醒。神啊！祈求您，再赐给我一个力量，让我不再被鸡鸣声给吓醒吧！”

天神笑道："你去找大象吧，它会给你一个满意的答复的。"

狮子兴冲冲地跑到湖边找大象，还没见到大象，就听到大象跺脚所发出的"砰砰"响声。

狮子加速地跑向大象，却看到大象正气呼呼地直跺脚。

狮子问大象："你干吗发这么大的脾气？"

大象拼命摇晃着大耳朵，吼着："有只讨厌的小蚊子，总想钻进我的耳朵里，害得我都快痒死了。"

狮子离开了大象，心里暗自想着：原来体型这么巨大的象，还会怕那么瘦小的蚊子，那我还有什么好抱怨呢？毕竟鸡鸣也不过一天一次，而蚊子却是无时无刻地骚扰着大象。这样想来，我可比他幸运多了。

分 析

困境即是赐予。每一件负面的事情，都对你有正面的意义，就看你怎么看待身处的困境。它对你的赐予就藏在懊恼、焦虑、气急败坏的情绪背后，抛开那些干扰你前进的坏情绪，静下心来好好想想你能从困境中得到什么，因此该做什么就做什么，也许，你会从中找到成功的钥匙。

永远不要抱怨，老天是公平的，就像它对待狮子和大象一样，它从你那里拿走一些，必然会给你更多，只要你努力找到这些礼物躲藏的位置。

莎士比亚说："聪明的人永远不会坐在那里为他们的损失而悲伤，却会很高兴地去找出办法来弥补他们的创伤。"

玛里琳·汉米尔顿是个不幸的人，但她却因不幸获得了新的成功。玛里琳·汉米尔顿曾担任教师并当上选美皇后，29岁那年，她坠落悬崖，虽侥幸不死，但自腰部以下瘫痪，终身离不开轮椅。

玛里琳大可以为此遭遇自怜自艾，但是她没有，她反而去注意出现在她面前的诸多可能，决意找出这场悲剧背后的机会。打从她坐上轮椅就不太满意，总觉得它不太方便。或许正常人不能体会出轮椅的不便，但是玛里琳认为自己可以设计出更好的轮椅。于是她召集两位建造滑翔翼的朋友，开始制作新轮椅的样品。她们为自己的公司取名为"动作设计"公司。该公司于1981年创立，经过不断的发展，经销店已有800家。目前该公司年营业额数百万美元，并膺选为加州中小企业楷模。她也成为加州佛瑞斯市最成功的商人之一。

塞翁失马

——给生活再开一扇希望之窗

从前，在中国的塞北住着一位老人。一天，他的马不见了，邻居们都来安慰他。但这位老人却一点儿也不难过。他说这也许会是件好事。他说对了。几个月后，他的马带着另一匹更好的马回来了。他的邻居又为他的收获而祝贺。可是，这位老人对这件事的看法变了。他说这个好运也许最终会成为不幸。奇怪的是，他又说对了。几天后，他的儿子在骑那匹新的马时摔了下来，断了一条腿。但幸运的是，正因为他儿子在这场意外后成了跛子，他没有被选为士兵去参加战争，得以和家里人平安生活。

分 析

"塞翁失马，焉知非福"这个成语常被用来安慰遭受不幸的人。

它表明：失望有时就意味着希望，有时候，失望和希望住得很近很近，是你把它们想象得太遥远。"塞翁失马"的故事正说明了这个道理。

伟大的音乐家贝多芬几乎是伴着失意长大的：早年学习音乐是在父亲的暴行下开始的，酗酒的父亲常常深更半夜喝得酩酊大醉从床上把他拖到琴边练习；在维也纳已经成年的贝多芬在恋爱、婚姻上也饱受挫折，对于一个音乐家来说，耳聋给他带来了无穷无尽的痛苦。然而，虽然他一生坎坷，但却从未放弃过，创作出了大量不朽的音乐篇章。

最让人惊叹的是，耳聋曾使他一度绝望，放弃演出，长期隐居，但他最终还是坚定了自己的信念，不仅战胜了疾病的挑战，而且在命运的磨难中，愈加坚强。他最杰出的作品几乎都是在他后半生30年耳聋状态中创作的。

希望就在失望的隔壁。打开失败旁边的窗户，也许你就看到了希望。希望与失望往往只有一步之遥。在现实生活中，有许多人不能正确地估量困境所蕴含的机遇，一味地抱怨命运的不济，眼里喷涌而出的只有失望。这正好应了"不识庐山真面目，只缘身在此山中"的偈语。事实上，越是面临困境，自己越应该冷静、清醒地分析坠落困境的原因何在，为何别人没有坠落，同没有坠落的人相比，自己又有何新的收益。在困境中失望的人如果真能这样做，失望落寞的眼神中也能迸溅出希望的火星。

飞不高的雏鹰

——磨难通向成功

一天，一个人在山中行走，突然发现高山之巅有个鹰巢，鹰巢里有一只雏鹰，他就抓到了这只雏鹰，把雏鹰带回家，放在家里的鸡笼里饲养。这只雏鹰和鸡一起啄食、嬉闹、休息。它以为自己也和别的同伴一样，也是一只鸡。

这只鹰渐渐长大，羽翼丰满了，主人就想把它训练成猎鹰，可是由于终日和鸡混在一起，它已经变得和鸡完全一样，根本没有飞的能力了。

主人试了各种办法，都不见一点儿效果，最后，主人把它带到山顶上，一把将它扔了出去。这只鹰像块石头似的，直掉下去，慌乱之中它拼命地扑打开翅膀，不断拍打，渐渐地开始飞了！

分 析

磨难的前方有无数条路，有的路通向消沉，有的路通向毁灭，可必定有一条路通向成功。

每个人都有惰性，贪恋于熟悉平稳的环境，但平稳安逸的环境却唤不起你奋斗的激情和挑战自我的勇气！

在鸡窝里饿不着、累不着，雏鹰不会知道原来自己可以看到更辽阔壮丽的风景，它也不知道原来自己可以比鸡飞得更高更远。没有磨难，它就永远只能是一只鸡。磨难会唤起一个

人潜藏的力量，把一个人的潜能发挥到最大。所以，不要惧怕磨难吧，磨难助你成长。

霍英东出生于穷苦的水上人家，太平洋战争爆发后，日本进攻香港，霍英东被迫辍学。家中贫苦，霍英东和母亲靠摆卖家里的衣服杂物度日。不久，生活又迫着他到轮船上去做短工，轮船是烧煤的，他做铲煤工，那时他才18岁。

霍英东干得非常吃力，回到家里全身骨架像散了似的，倒在床上就呼呼入睡了。只干了9个月，在老板裁员时他被解雇了。

不久，霍英东托人介绍到太古船坞抡大锤打铁，但他干不了这种要求极严的重活，不久，就又被人解雇了。

日军扩建启德机场，征集大量劳工，霍英东进了机场当苦力。工钱是每天七毫半，因粮食奇缺，每人每天配给六两米，扣去二毫，实得五毫半。机场在九龙，早上七点半上班，要提早两个小时出门。傍晚放工，走路回家又得花两小时，每天都干得筋疲力尽。

有一次，他提着50加仑重的汽油桶，因为力气不足，压伤了指头。

后来，霍英东跟着师傅学开汽车。学徒照例要先干一两年杂务，因此他只能在旁留心看师傅如何操作，这叫做“偷师”。每当师傅察觉到，便立刻借故支开他。一天，霍英东洗车时，看见有辆车的车匙仍留在那里。他便爬上去，把火打着试开汽车。不幸的是撞到另一部车上。日本人知道了，把他毒打一顿，这份工也丢了。

此后，霍英东进了太古糖厂，在化验室工作。他做惯粗工，笨手笨脚的，常常把玻璃器皿打碎。一次，和另一学师仔用硫酸学制氢气，并用火点燃，氢气同空气中的氧气发生反应，轰隆一声巨响炸开了，他满脸玻璃碎片。糖厂的人以为是炸弹爆炸，结果他又被厂方辞退。

但是，这些苦难都没有使他屈服，他不断激励自己“不在艰难中屈服，要在艰难中自强”，最后终于成为一位既勇于开创自己事业，又热心于支援祖国建设的实业家。他的个人财产达到130亿港元，他的故事也在民间广为传颂。

财富寓言



山猫偷鸡

——金钱、财富和生活

郁离子住在山上，有一天半夜发现一只山猫偷吃了他的鸡，他就去追赶山猫，但却没有追上。

第二天，他叫仆人用鸡作诱饵，在山猫出入的地方放了一个木笼子。半夜的时候，山猫又来了，不小心撞入了木笼里，被人捆绑起来。

可是山猫的嘴还咬着鸡脖子，爪还抓着鸡翅膀不放，于是人们就一边打它，一边夺鸡，但是山猫到死也不肯放弃鸡。

郁离子对此叹息道：“那些因贪利而死的人，像这只山猫一样啊，有的人为了一点钱财却不顾自己的性命，他们能比这只山猫聪明多少呢？”

分 析

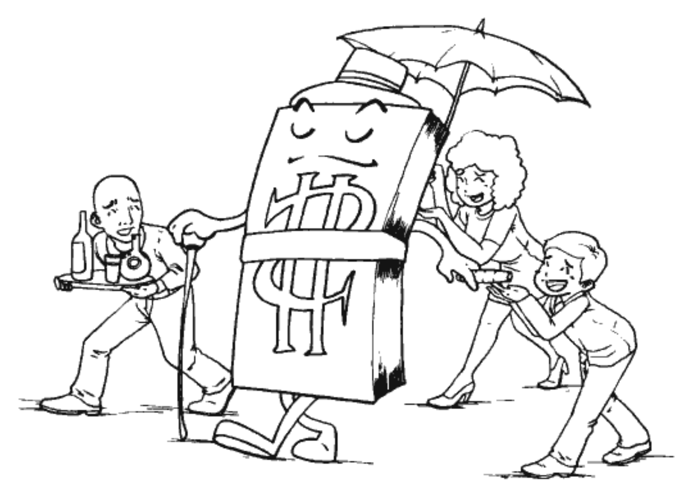
自从人类把用于交换的一般等价物固定到货币上以后，金钱就成了商品经济领域的通行证，似乎一切问题用金钱就可以解决了。

尤其是在那些痴迷于金钱的人眼中，金钱似乎变成了现实世界的主宰，甚至人的价值和尊严、社会地位都可以用金钱来衡量。

实际上，金钱不是生活本身，我们努力地工作、投资赚钱是为了生活得更好一些，做更多自己愿意做或更有意义的事情，而不是仅仅为了增加自己的货币拥有量。财富只是一种满足个人生活需要，换回个人自由的必要手段。我们要学会让钱来为我们服务，而不是单纯为了追求金钱而使自己变成金钱的奴隶。若单纯为了金钱，那就与笼中咬住鸡脖子的山猫无异啦！

只有理解了财富的本质意义，才算是拥有了真正的财富。

曾宪梓成了亿万富翁后，他不忘家乡父老，把扶助乡亲走上富裕之路当成新的奋斗目标。他每年捐赠50多万港币帮助家乡建设；他还捐资250万元为嘉应大学修建了一座教学大楼，为梅县东山中学兴建图书馆，为乐育中学修起了办公楼。截至1986年2月，他已捐献2000



万人民币。

我们都知道切尼·芬尼，他也是个亿万富翁。他在世界各地创办了数百个机场免税店，但他却过着平常人的生活，绝不容忍挥霍和浪费，他认为自己的财富来自于社会，最后应当把它回报于社会。1984年，他把近35亿美元的财富捐给了慈善事业。

正是这种对生活的积极态度和良好心态，使他在获得事业成功的同时，受到了人们的佩服和尊敬。

一分钟和一千万美元

——财富不会从天而降

有个很懒惰的流浪汉，整天做着发财美梦。他总是在想，如果有一天自己成了百万富翁，一定要坐全世界最豪华的游艇周游世界，因为他喜欢大海。

有一天，上帝来到他面前，说："年轻人，我可以回答你两个问题，并满足你一个愿望，不过你要仔细想好了再说。"流浪汉听了十分高兴，他想，发财的机会终于来了。他仔细地想了一会儿，然后问上帝："一万年对您来说，是多长时间？"上帝回答说："像一分钟。"

"那么一千万美元对您来说是多少钱？"流浪汉又问道。

"就像一美元。"上帝笑着说，"你的问题已经问完了，你有需要我帮你满足的愿望吗？""我的愿望非常简单，给我一千万美元吧，它对您来说只是一美元啊！"流浪汉兴奋起来，好像自己已经坐上了豪华游艇，开始了自己梦寐已久的环球旅行。

上帝看着他，笑着说："这太简单了，你只需等我一分钟。"

流浪汉的眼神慢慢地暗淡下去，是啊，那对他来说可是一万年哪。

分 析

有很多人像寓言中的流浪汉一样做着财富梦，他们从不指望自己的努力，只是沉浸在美梦中，等待上帝把财富送到手中。上帝果然是万能的，答应了他们的请求，但是，前提是：需要等一万年的时间。

天下没有免费午餐，任何事情都不是唾手可得的，财富也是一样，不会从天而降，要获得财富需要付出时间和努力。

香港富豪杨受成早年的时候，父亲的"天文台表行"因为商业上的挫折，几乎破产。当时杨受成只有14岁，还只是个帮工，面对困境，他没有像寓言中的人那样，希望得到上帝的眷顾，而是凭着主动的态度和灵活的头脑，研究销售规律，走出门寻找顾客，并且获得了初步成功。之后，他与当地以及日本的旅行社联系，以优惠条件达成安排游客到表店购物的合作，为表店赚到了第一个100万。

比尔·盖茨的财富也不是从天而降的。我们可以参阅一下比尔·盖茨创造财富的过程：

1973年，考入美国哈佛大学，大学二年级时决定退学去开发32Bit软件；

1983年，进入美国《福布斯》亿万富豪排行榜；

1992年，资产仅次于"股神"巴菲特，达到了65亿美元；

1995年，开发出了新的软件，该软件在两周内占领全球市场。比尔·盖茨成为世界首富。

比尔·盖茨能成为亿万富翁，主要是缘于他的主动精神。他凭借自己的智慧和胆量作出选择，采取行动，依靠努力工作造就了他今天的财富帝国。

试想，无论是杨受成还是比尔·盖茨，如果他们像寓言中的流浪汉一样，只是做着财富梦，而不付出努力，财富会从天上降临到他们身上吗？

美国百万富翁的“致富秘诀”，希望能引起我们的深思：

至少买一栋自己住的房子。

避免用花钱来堆砌有钱人的感觉。

百万富翁们喜欢购买品质优异的二手车。

投资也好，储蓄也好，百万富翁们都是及早开始。

晋入百万身价的平均年龄是50岁。

百万富翁们绝不欠信用卡债务。

百万富翁们绝不放弃参与任何退休计划的机会。

穷人的观念

——观念与财富

长工为地主做了十几年活了，虽然他干活很卖力气，但一年到头还是一贫如洗。地主非常同情他，想帮助他改变困境，就建议他在村口开一家磨坊，并且愿意借给他初期所需要的资金。地主以为，他一定会答应的，因为这是长工改变自己生活命运的好机会。

但长工却不这么想。在他看来，为地主干活，虽然是累了一些，但是在生活上还是很有保障的，而且也不需要每年秋天为了收债务，搞得邻里不和，弄不好还要受到村民的指责。假如照地主的话到村口开一家磨坊的话，除去前面考虑的不说，光是每年那些苛捐杂税也够自己应付的。

想到这里，他就谢绝了地主的好意，仍然干着原来的活，当然也就过着一贫如洗的生活。

分 析

观念的不同造成了人们现实生活上的差异。

事实上，我们从小接受的教育就是被告知要努力学习，然后就会有好的工作和丰厚的待遇在等着我们，所以我们一开始就在心中拥有了这样的观念：努力学习，然后找一份安全而又有保障的工作。

用财富观念去审视我们的选择，即财务安全要重于财务自由。

但有时候工作并不能使自己得到安全保障，也不能使我们致富。为了自己的财务安全和财富积累，我们需要关注自己的事业是否有利于实现我们的财富自由，我们的事业就是让自己手中的资产增值，围绕手中的资产来谋划自己的未来，而不是以自己微薄的工资收入作为一种安全的经济保障。

这就是为什么现在许多人尽管努力地工作，却仍旧走不出财务困境的根源所在，是他们的观念在影响着他们思考问题的方式和理财的方向。当社会从工业社会转变到信息社会时，找份工作，获得安全保障已经是过时的观念，现实的情况是我们应该考虑及时改变我们的财

富观念，考虑怎样创造和积累自己的财富。

转变自己的观念从那些成功的企业家和投资者的角度来思考问题是很可行的方法，因为他们代表着现实中的财富和财富智慧。成功学大师拿破仑·希尔说过："一切的成就，一切的财富，都始于一个意念。"所以应该考虑一下向现实的理财大师们学习，积累自己的财务知识，从小的投资开始，不要让陈旧的观念束缚了自己致富的梦想，要根据现实的情况调整自己的观念。

全球最大的新闻机构——美国CNN报道说："在21世纪，我们将处在一个无固定化职业的社会。"

这意味着创业将成为21世纪的主旋律，仔细思考一下自己所面对的问题在哪里，关注自己的事业，并继续每天的工作，尽可能地把自己的收入转化为资产。在建立了自己的事业之后，我们就可以等待以前所付出的东西所给予的回报了，只因为，一分耕耘，一分收获。

吝啬的财主

——关于给予

沙漠深处有一个村子，村子里有个财主，为人非常吝啬，他从不愿意给任何人任何帮助。有一次，他听过往的商人说，他们村子里的药材在沙漠外面的市镇里可以卖到很高的价钱，于是他就想到外面走一趟，好发些横财，于是带着自己的仆人上路了。

他们出发的时候，正好秋天，是沙暴容易发生的季节。这个财主一向精打细算，带的草料和粮食都恰好够这几天的行程。但天有不测风云，出发后不久，他们就遇上了沙暴，沙暴席卷去了他们大部分的食物和水。这时，仆人要求财主分给自己一点水和食物，但是这个吝啬的财主平时都不想给仆人工钱，更不用说现在了。在不得已的情况下，仆人只好离开了财主，自己寻找食物和水去了。

剩下财主一个人后，他很快就迷路了，食物和水不久就用光了，在他饥渴难耐、即将命丧沙漠之时，突然看见仆人领着一群商队朝这边走过来，于是，他求仆人给他些食物，并把他带出沙漠。仆人跟商队的人们说了自己和这个吝啬财主的过往，大家听了以后，都不同意给财主任何救济：既然财主在平时不肯给予别人任何帮助，大家又为什么要帮助他呢？因此，这位吝啬的财主最终还是没有走出沙漠。

分 析

财主的悲剧在于他的吝啬，他把自己看作一个封闭的个体，只想索取，不愿付出，更谈不上给予，所以落得无人怜悯，客死沙漠的下场。

实际上给予是获取的前提，只有在你付出之后，你才能期望收获。

在财富事业中，"给予"有时候是一个非常好的策略，它甚至可以起到预想不到的效果。

"万商"的掌门人曾鸿海就非常信奉"先予后取"的经营理念。当他被香港沿海物业集团总裁江鸣先生聘请担任沿海物业集团武汉商业城有限公司董事长兼总经理后，他就是凭借"先予后取"的经营理念，救活了当时已经是奄奄一息的武汉万商广场项目。

为打破困局、盘活“万商白马”，2000年8月，一项大胆的“降门槛”策略推出了：当时汉正街商铺的租价最低为每月200元／平方米，而“万商”的租价竟为每月5元／平方米！同时，他还主动出击，上门请来十几家有较大影响力的大商户入驻，所有的铺面就这样全部被租了出去。

打开市场后，他又开始致力于打造品牌，品牌效应最后使“万商”的租价达到年租金2000元／平方米。先予后取的策略，使得万商广场的市值达到了16亿！

西蜀和尚

——面对梦想的态度

从前西蜀有两个和尚，其中一个很有钱，过着衣食无忧的日子；另一个很穷，每天除了念经，还得到外面去化缘，日子过得很清苦。

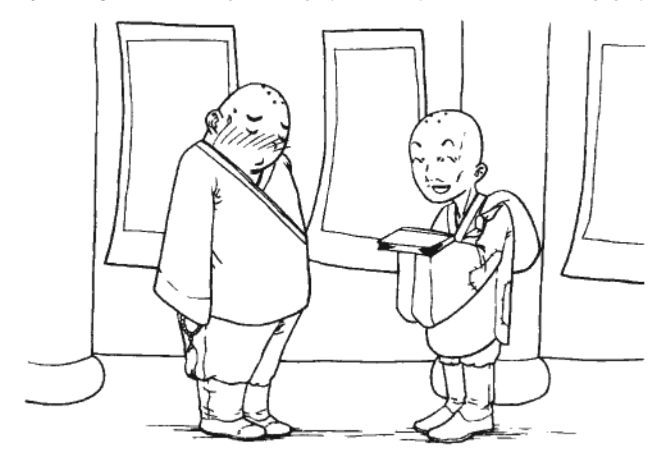
有一天，穷和尚对富和尚说：“我很想到南海去拜佛，求取佛经，你看如何？”富和尚说：“路途那么遥远，你怎么去？”穷和尚说：“我只有一个钵、一个水瓶、两条腿就够了。”

富和尚听了哈哈大笑，说：“我想去南海想了好几年，一直没成行，原因就是旅费不够。我都去不成，你又怎么去得成？”过了一年，穷和尚从南海回来，把从南海带回的一本佛经送给富和尚。富和尚看他果真实现了愿望，惭愧得面红耳赤，一句话也说不出来。

分 析

佛家言：“佛性一出，震动十方世界。”一个人如果动了修炼的心，是非常珍贵的。

面对梦想，穷和尚和富和尚态度不同，结果也不同。穷和尚虽然没有钱，坐不起车船，但他有一颗坚定修炼的心和实现理想的坚强毅力，所以最终能长途跋涉，实现愿望。同样的道理告诉我们，要实现财富愿望，态度不同，结果也一样不同。“态度决定一切”，对于任何有梦想的人来讲，是否行动和如何行动是一个金币的两面。要实现财富梦想，必然要有穷和尚那样的修炼决心。换句话说，对于有坚强意志的人来说，条件不是什



么决定性的大问题。在困难面前，是停下来，还是坚持不懈，执著追求，区别仅仅在于一步，风景却大不相同。

1917年5月的一天，松下幸之助作出了一个重大决定，尽管公司极力挽留他，他还是辞掉了在别人看来是金饭碗的工作，因为他看中了电气行业的前途，他决定转行，虽然他的创业资金仅有两百日元，一百是自己的，另一百是从朋友那儿借来的。

为了实现自己的梦想，松下幸之助曾经上夜校苦读电机专业。在创业艰难期，他把厂房设在自己简陋的家里。虽然困难重重，但松下幸之助从没有放弃，最终，他创造了自己的财富帝国。

著名企业家井植熏先生后来这样评价松下：“人生只有依靠一些重大的转折机遇，才能实现固有的价值，而转折机遇不是上天恩赐的，它来源于像松下幸之助这样的孜孜不倦的追求者。”

了解希尔顿的人都知道，他是美国旅馆大王，希尔顿认为，完成大事业的先导是梦想，这句话也可以这样说，创造巨大财富的先导是财富梦想。尽管他在13岁做的是店员、小贩，但是，带他到得克萨斯州去的是他想成为银行家的梦想，而且非常关键的是：他做了，也成功了。

狐狸过冬

——建立自己的财富帝国

冬天快到了，兔子、鹿和狐狸一起商量该为过冬准备点什么，怎么准备。

兔子说：“我每天在寻找食物的时候就已经留心为冬天储藏一份，可令人发愁的是，储藏的东西太多，到冬天食物就腐烂了，我该怎么办呢？”每年就因为这个原因，兔子不得不扔掉许多辛苦弄来的嫩草。

鹿说：“我很少储藏过冬的食物，所以每年冬天我不得不冒着严寒出去寻找食物，有时还得小心谨慎，因为害怕落入猎人的圈套。”

狐狸看着兔子和鹿，笑了笑说：“我就没有你们这样的烦恼。”

兔子和鹿齐声问：“你是怎么解决这些问题的？”

“为什么不换个角度思考问题，让别人来替你准备过冬的食物呢？”狐狸说，“前几年我搞清楚了人是怎么种田的，并把这些技术教给了猴子和其他的小动物，而猴子和其他的小动物则每年冬天为我准备可以在冬天贮藏的食物为交换，你们说我还用为过冬发愁吗？”

分 析

兔子、鹿和狐狸对于如何储备过冬食物的不同处理方式，很值得我们去细细品味。

在现实生活中，我们也需要为自己和家人的生计来谋划自己的事业，也要积累自己的财富以备不时之需。那么，我们是在生活压力已经严酷地摆在自己面前时作出抉择，还是用投资的方式建立自己的财富帝国？上上之选是后者。

事实上，如果是自己投资创业的话，我们就会认真地思考自己的投资策略，并对各种投资策略进行周密地考虑和比较分析。

就像寓言中的狐狸一样，找到好的致富机会，使财富不断增长。

在此，我们可以借鉴成功人士的经验，美国北卡罗莱纳州的拉尔夫兄弟素来就以英明的投资决策和果敢的创业精神而受到投资者们的尊敬。

1967年，他们决定开一家杂货店，但是苦于没有资金，于是，他们想到以出售股份的方式来筹集所需资金。他们联系了100个熟人并答应给予他们优惠的价格，最后这些人以每股10美元的价格各自买下了100股。经过多年的苦心经营，30多年后，当初的杂货店变成了拥有1000多家连锁店的大公司。它的股票价格为每股109美元，当年投资者中的78位也已因此成为百万富翁。

创业是有风险的，但也同样蕴藏着高额的收益，因此，要学会通过理智的决策降低投资风险，利用自己的智慧来建立自己的财富帝国。

亡羊补牢

——及时端正理财观念

从前，有个人圈养了一群羊。每天他出去放羊的时候，都要清点一下羊群的数目。有一天早上，他准备出去放羊时，却发现羊少了一只。于是，他就开始查找原因，结果发现羊圈破了个窟窿。夜里有狼从窟窿里钻进来，把羊叼走了。

他的邻居知道了这件事以后，就劝他说：“赶紧把羊圈修一下吧！堵上那个窟窿，以免让狼再把羊叼走了。”

可是这个放羊的听了却说：“既然羊已经丢了，还修羊圈干什么呢？”所以就没有听从邻居的劝告。

到了第二天早上，他又准备出去放羊，可是到羊圈里一看，发现羊又少了一只。原来夜里狼又从窟窿里钻进来，把羊叼走了。

这下，这个放羊的人后悔了，心想不该不听从邻居的劝告，致使自己又白白地损失了一只羊。于是他吸取昨天的教训，赶快堵上了那个窟窿，并把羊圈重新修补得结结实实的。从此，他的羊再也没有被狼叼走过。

分 析

寓言的主人公及时转变自己的观念，采取补救措施，避免了更多的损失。

在个人理财中，有相当一部分人犯了财富观念不正确的错误，如果这些人能像寓言的主人公那样，及时改正错误，就可以避免一些不必要的损失。正所谓“亡羊补牢，犹未为晚”。

有的人因金钱而受过伤害，他可能痛恨诅咒金钱;有些人疯狂地追逐金钱，往往因此身败名裂，财富丧尽；也有人视财富为身外之物，无可无不可，错失过许多发财致富的良机……

这些人实在应该端正一下自己的理财观念，以正确的心态认真对待财富，积累属于自己的财富。

投资家巴菲特认为金钱并不是恶魔，全球首富盖茨也不厌弃金钱，他们都对金钱有着清醒的认识，因而他们能够驾驭金钱，利用金钱来为他们自己的事业和理想服务。

资源不足不是贫穷的根源，错误的财富观念和对理财的无知才是贫穷的根源。尽快改掉

错误的财富观，从诅咒金钱的无聊游戏中走出来，才能达到让金钱为自己工作的境界。

六大理财观念能使你“钱程似锦”：

1.树立坚强信念 投资理财不是有钱人的专利。

2.理财重在规划，别让“等有了钱再说”误了你的“钱程”。

3.拒绝各种诱惑，不良理财习惯可能会使你两手空空。

4.没人是天生的高手，能力来自于学习和实践经验的积累。

5.不要奢求一夕致富，别把鸡蛋全放在一个篮子里。

6.管理好你的时间，胜于管理好你的金钱和财富。

农妇剪羊毛

——改变积累财富的观念

有一个农妇，生活非常节俭。到了剪羊毛的季节，农妇想，我自己来剪吧，这样可以省不少钱。她以前没有剪过羊毛，根本不知道该怎么去剪，但她根本不在意这些，竟然连毛带肉都给剪下来了。

羊痛得边挣扎边说：“主人，你怎么能这样伤害我呢？我的血和肉并不能增加羊毛的重量呀？如果你要我的肉的话，可以让屠夫来杀死我；如果想要我的毛，剪毛匠会很熟练地剪下我的毛，而不使我痛苦，你也能增加收入啊。”

分 析

农妇剪羊毛是一个非常经典的寓言，问题是它至今仍然没有启发我们大多数人。量入为出、勤俭持家并没有错，但农妇的心理实际是害怕别人赚走她的钱，却没有意识到雇用别人她能够得到什么，她不明白雇用别人剪羊毛要比自己来剪划算得多。

事实上更努力地工作并不能代替一个聪明的选择和操作，正如大卫·梭罗所言：“忙并不能说明什么，蚂蚁也很忙，问题是：我们究竟忙什么？”

善于利用杠杆增长模式，是增加财富的最有效的途径之一，用保罗·盖蒂所表达的意



思说，就是："我宁愿赚100个人的1%，而不赚自己的100%。"试想一下，如果亨利·福特一个人制造T型车，他可以赚到自己的100%，但是他每年只能造一辆车，所以福特没有这样做。

下面是美国人的理财观念和方法，仅供参考。

量入为出：致富的钥匙在于量入为出。大多数百万富翁都是买现成的西装，开普通的福特车，在平价商场购物。

制订储蓄计划：赢得彩券奖的概率大约只有百万分之一，但是如果你每周储蓄50美元，40年后，加上9%的利息，你便可拥有1026853美元。

投资共同基金：因为股票共同基金投资很多股票，即使有一两只股票下跌，损失也不会太严重。

制订节税计划：留意节税。超过半数的美国人在税务上求助于他人。要记住，税会吃掉辛苦赚来的钱。

立遗嘱：半数以上的美国人在死前立遗嘱，简单的遗嘱花费不过250美元。立好遗嘱可以为亲爱的人省下不少麻烦。否则，法院将决定谁能拥有你的财产。

久居一地务必购房：美国房价自1993年以来已上涨33%，和很多股票基金动辄三位数的增长幅度相比，还算温和。所以，不要把房屋视为投资。

深谋远虑：投资不要随大流，更不要轻易上当。要记住：多元化投资，降低风险，对你才是最重要的。

想飞的青蛙

——认清自己是获取财富的前提

一只青蛙，坐在池塘边上，悠闲地叫着，突然它看见一只苍鹰从空中飞过，心里就想，如果自己会飞该有多好啊！

于是，它鼓起腮帮子对苍鹰喊道："鹰大哥，我想学飞，你可以教我吗？"苍鹰听了青蛙的请求感到非常可笑，就善意地劝道："青蛙兄弟，你的身体条件决定你是不能学习飞行的，你还是好好地去游泳吧。"

青蛙已经被飞行迷住了头脑，它想一定是自己的诚意没有感动苍鹰。于是，它又说："可是我十分想学飞行，我会很努力的，你就答应我吧。"苍鹰经不起青蛙的恳求，便抓住它，飞到高空，然后将它松开。青蛙感到自己似乎飞了起来，可还没来得及俯瞰大地，它便落在岩石上，摔得粉身碎骨。

分 析

寓言中的青蛙先天不具备飞行的条件，仍然强求学习飞行，最终酿成了粉身碎骨的悲剧。它的悲剧在于缺乏对自身的清醒认识，为自己制定了较高、甚至是不客观的要求。

古希腊的哲学家苏格拉底曾把"认识你自己"作为自己一生行动的箴言，在他看来，认识自己是做任何事情的前提条件。

"认识自己"的最高境界，应该是既不高估自己的能力，也不妄自菲薄。



这一点在投资理财中尤其重要，只有了解了自己，才能弄清楚自己适合从事于何种致富方式，是投资于股票、债券呢，还是创办自己的公司，进行管理等。

著名的投资专家巴菲特鉴于对自己清醒客观的认识，选择了把自己的才智集中在分析、选择资质较好有前景的公司和企业然后去投资，而不去理会如何去控制和管理一家企业的生产经营。在他看来，发现有潜力的公司和企业是他的长处所在，所以他花费了大量的时间去买那些刚刚上市却有发展前景的小公司的股票，正是这些股票，在很短的时间里给他带来超额的利润。

有人把他的投资和理财观念归结为："赚取利润，收购一家伟大的企业。重复，永不停息。"到现在为止，巴菲特率领只有不到20人的团队，却管理着拥有2万多亿美元资产的庞大公司。

发现自己的长处和缺点，这样才能尽可能地减少投资中的风险，从而快速稳定地积累财富。

不同的选择

——财富与选择有关

有三个人要被关进监狱三年，监狱长答应满足他们一人一个要求。

美国人爱抽雪茄，要了三箱雪茄。

法国人最浪漫，要一个美丽的女子相伴。

而犹太人说，他要一部与外界沟通的电话。

三年过后，第一个冲出来的是美国人，嘴里、鼻孔里塞满了雪茄，大喊道："给我火，给我火！"原来他忘了要火了。

接着出来的是法国人。只见他手里抱着一个小孩子，美丽女子手里牵着一个小孩子，肚子里还怀着第三个。

最后出来的是犹太人，他紧紧握住监狱长的手说："这三年来我每天与外界联系，我的生意不但没有停顿，反而增长了200%！"

分 析

我们的选择往往决定我们会有什么样的生活。今天的生活是由若干年前我们的选择决定的，而今天我们的选择将决定我们若干年后的生活。

单单从生活的角度来讲，我们很难判断寓言中的哪个人选择的生活更好，但是，从创造财富、投资理财的角度来讲，我们可以从中明白这样一个道理：能否实现财富梦想，你的选择很重要，你想拥有富人的生活，你自然就要作出同富人一样的选择，你至少得知道他们最初是怎么做的，然后又一步一步怎么继续下来，拥有今天的财富。

美国财富教育家吉迷米·道南讲："世界上只有三种赚钱的途径，第一，你可以去打工，受雇于他人；第二个选择，把挣的钱投资出去，以便挣更多的钱；第三个选择，建立你自己的生意。"

也就是说，这三种选择实际上就概括了我们的生活选择，因为我们无论以何种方式，必须挣到钱才能生活。所以，必须重视自己的选择，从根本上来讲，是观念上的选择。

沈钰文说:成功是一种选择。而每一个人之所以会处于他目前的位置，完全是因为他的选择。

在国际会计事务所中，一个人从初级专业人员开始干起，通过会计员、高级会计员、经理、高级经理的实践锻炼和逐级考核淘汰优选晋升，一般需10年左右的时间才可成为合伙人。而沈钰文仅仅用了6年的时间。目前已是安永会计师事务所大中国区税务副主席兼合伙人的沈钰文，回顾24年来的职业生涯，依然感谢自己当初作出的选择。

生不逢时

——关于奋斗和目标

古时候，有一个人非常想做官，可却总没机遇。岁月如梭，弹指间，几十年过去了，他眼睁睁地看着自己的头发慢慢变白，脱落，他的情绪也渐渐低落下来，有时甚至忍不住痛哭起来。

有个路人看见他如此伤心，感到很奇怪，于是走上前问他："您为何如此伤心呢?" 这个人回答说："我为求官做，等了一辈子，却始终没有碰到一次机会。现在我已经老了，仍然毫无希望，看来再也不会有做官的机会了，我就是为此而伤心啊。" 路人继续问他："我听说许多求官的人都最终实现了自己的愿望，可你为什么却一次机会也没遇上呢?"

老人回答说："在我年轻的时候，我饱读诗书，可当时的君主，偏爱任用有经验的老年人。于是我就等，一直等到这个君主去世后又出来求官，可谁知道，新君主却非常喜爱武士，所以，我又一次失去了机会。于是，我就改变主意，开始弃文学武。可是等到我学武有成时，重视武艺的君主也去世了。刚刚继位的这位君主却喜欢提拔年轻人做官。你看，我还有什么机会呢？几十年光阴就这么过去了，我一辈子生不逢时，竟然没有遇到一次做官的机会，这世界上还有比我更倒霉的人吗？"

分 析

做事情必须要有一个确定的目标，脚踏实地、始终不渝地去努力，这样才有成功的机会。如果稍遇挫折，便改变志向，最终只能碌碌无为，一事无成。



我们在创业致富的过程中也要为自己制订好短期目标和长远目标，有了目标，才会有方向。

一个没有目标的人，即使他心中有一座无价的金矿，也会因不开采而与平凡的尘土无异。

事实上，我们过去或现在的情况怎样并不重要，我们将来想要获得什么样的成就才是最重要的。

戴尔电脑的总裁迈克·戴尔12岁时就开始为自己的未来积累经验和智慧，他的第一份工作就是在一家中国餐馆里刷盘子，而当时工资每小时仅2.30美元；泰勒公司的总裁格伦·泰勒，他的第一份工作是在农场做帮工、保姆，当时，他也才12岁，而且他的工资更低得要命，每小时仅0.25美元；纽约Jones服装公司的总裁西德尼·金摩，他在自己17岁的时候，就开始了自己的第一份工作，为一家公司做货运管理员，他的工资标准是每周75美元；还有优良幽默公司的董事长马亨利，以前做的是周薪25美元的工作。

这些财富精英们之所以成功，就是因为他们都能够按照自己的既定目标努力拼搏。

著名的成功理财大师拿破仑·希尔也曾说："正确的心态只是成功战略的第一步，一旦打下了基础，你就可以在上面建筑了，而目标则是构筑成功的砖石。"

乐观的猴子

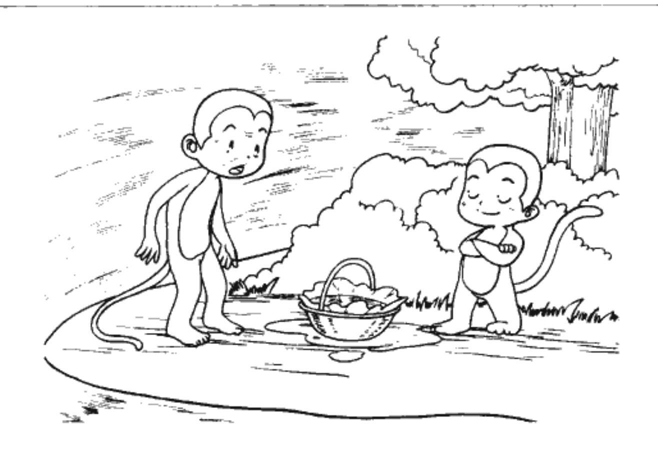
——财富与智慧

小猴子每天都很开心，似乎没有什么事情对它能造成挫折，也没有什么使它感到难过和伤心的事情。有一天，一只老猴子和它开玩笑，说："小猴子，大家都说你很聪明，我今天要考考你，你能用这个竹篮子给我去打一篮子水吗?"

小猴子当时没有多想，就蹦蹦跳跳地拿着竹篮子出去了。但是，竹篮子怎么能打水呢?当小猴子把竹篮子从水中提出来时，水自然全漏掉了。小猴子十分生气，心想，这老猴子，分明是在捉弄我吗? 小猴子有点泄气。

过了一会儿，它朝周围看了看，又高兴起来，这有什么难办的，我一定不能让老猴子小瞧了我。小猴子计上心头，它来到河边采了张大荷叶铺在竹篮里，打了满满一篮子水。

当小猴子用竹篮子提着水回来，放在老猴子面前时，老猴子看得呆了。好一会儿才回过神来说："哎，谁说竹篮打水一场空? 只要肯动脑筋，竹篮子也能打水啊!"



分 析

智慧对我们的财富创造有着巨大的影响，许多创造了巨额财富的人之所以能够获得成功，就在于他们在有良好的心态、百折不挠的勇气和屡败屡战、坚持不懈的精神的前提下，遇到问题肯动用智慧来解决问题。

如果我们像寓言中的小猴子一样，总是保持良好的心境、积极的态度，遇到事情多动动脑子，换个角度来思考问题，即使大家看起来不可能解决的问题也会迎刃而解。

对待财富也是如此，要创造财富，就需要充分地运用自己或他人的智慧，否则，即使我们有很好的理财条件、机遇和方法，也往往会由于错误的投资判断，造成不应有的损失。

运用智慧，我们就可以比较客观地分析各种理财工具和投资项目的利弊及风险所在，能清楚地发现你的财富途径。

1914年，刚从英国回来的波尔格德，一个石油企业家的儿子，决心从事石油开采。1915年10月，美国俄克拉荷马州有一个石油矿井招标，许多财大气粗、实力雄厚的企业参与竞争，而波尔格德的公司刚成立，资金不足，于是他想出了一个空城计。他租了华贵的衣服，约了著名的银行家陪他，显得气度非凡，信心十足，结果没有人敢跟他竞标，结果波尔格德以500美元的低价轻易地竞标成功。4个月后，他中标的那家油矿打出了优质石油，他马上以4万美元的价格将油矿售出，很快便获得了3万多美元的纯利润。这就是智慧造就的金点子，是获得事业成功的最好办法。

中国加入世贸组织后，越来越多的海外学子将归国创业作为首选。海归创业潮流逐渐汹涌澎湃，正在成为推动中国经济文化发展的一支重要力量。现在，无论是在国际国内的经贸往来，抑或是具体的企业经营中，我们都不时能听到广大留学回国人员的真知灼见，看见他们智慧而勤奋的活跃身影，领略他们融会中西的创新精神。他们就是用智慧创造财富的榜样。

约翰和汤姆的选择

——珍视你的闲暇

约翰和汤姆是一对好朋友，他们都希望有一天自己能成为百万富翁。他们听长辈们说，上帝是万能的，能帮助人们实现梦想，于是他俩就开始祈祷，祈求上帝给予帮助。有感于他

们的诚意，上帝出现了，答应指点约翰和汤姆。

上帝在他们面前放了一百两金子和一张纸条，并告诉他们：只要善于运用这两件东西中的任何一件，就可以成为百万富翁。

约翰选择了黄金，汤姆只好选择那张纸条。他打开纸条，上面写着：珍视自己的闲暇，因为这是财富的秘密所在。

选择了黄金的约翰，觉得自己已经成了百万富翁，他浮想联翩，无所事事，虚度时日。就这样，时间无声无息地从约翰身边流走了，黄金也用完了。

选择了那张似乎毫无价值纸条的汤姆，对上帝的忠告进行了很长时间的思考，最后他认为，上帝是对的。他在闲暇的时候搜集各种致富信息，并给一些成功的理财大师写信，向他们请教如何致富。他还从小的投资开始，锻炼自己的理财能力。

三年以后，约翰早已穷困潦倒，汤姆却由于以前买的股票升值，拥有了创业资金。

分 析

盗贼利用时间，谋士创造时间。

有效率的成功人士既是谋士又是盗贼，他们能从无关紧要的事或休闲活动中窃取时间，创造精彩人生。

相当一部分人都忽视了对自己闲暇时间的利用，其实只要把自己有限的时间和资金充分利用起来，即使是很小的投资，一段时间以后，也会带来巨额的财富。“寸金难买寸光阴”，时间本身就是最宝贵的财富，古往今来，在事业上获得成功的人都非常善于利用自己的闲暇时间。

鲁迅把别人喝咖啡的时间用在了工作上，牛顿把别人享乐的时间用在了做实验上，因此他们成就了自己的事业。

成功的理财大师也是充分利用闲暇的典范。

比尔·盖茨自中学8年级起，就开始利用闲暇时间从事电脑程序设计的工作并且从中获利，并在13岁的时候就编写自己的第一个软件程序；1975年离开哈佛后的两年时间里，盖茨也把自己的闲暇时间用于自己爱好的事业。这些都为他以后积累巨额的财富奠定了牢固的知识基础。

黑龙江省龙江县景山笤帚制品有限责任公司，现在拥有雇工30余人，年加工笤帚300余万把，消耗原料100万公斤，年销售额近500万元。公司取得这样的成绩，是和总经理高力国的经营方式分不开的。公司与近千户家庭签订了定点加工合同，他把70%的农村青年的闲暇时间都利用起来，从而使公司和这些农村青年都走上了致富之路。

因此，一个人越能更好地利用和把握自己的闲暇时间去创造财富，就越会获得更多的财富，这样，他的事业和生活将进入一个良性循环。

虚度光阴的蝈蝈

——时间和财富

冬天里的一个大晴天，一群蚂蚁正忙着在太阳下晾晒它们夏天收集来的麦子。有一只饥

饿的蝈蝈打这里经过，企求蚂蚁送一点吃的给它。

蚂蚁问它说："你夏天为什么不积存一些吃的，以备冬天所需呢？"

蝈蝈回答说："我那时候一点时间都没有，我每天都在忙着唱歌，所以……"

蚂蚁听了以后，嘲笑它说："如果你整个夏天都在唱歌，那好极了，那么冬天你就饿着肚子跳舞去吧，这是你为自己虚度时日所付出的代价。"蝈蝈听了蚂蚁的话悔恨不已。

分析

时间是无价之宝，对于任何人来说，时间都是最大的财富，谁拥有更多的时间，谁就拥有更大的优势。

在财富创造中更是如此，时间是投资者最大的资本，只有最大限度地发挥时间和复利的乘数效应，才会使财富成倍的增值。

"穷人越穷，富人越富"，因为两种人对于时间的理解和使用有着巨大的差异，富人利用时间，穷人消磨时间，更不用说去采取行动了。

当"让一部分人先富起来"的口号提出后，只有很少的人透彻地理解了这个口号的含义。绝大多数人麻木不仁，认为自己不在这少数人中间，等少数人富起来后，就该轮到自己了。

致富从来不是轮流坐庄的事情，致富需要的就是行动，需要把自己的时间用在学习财富智慧、原始积累和投资上。等待只会使自己越来越远离财富，更加贫穷。

温州的商人是怎么致富的？在大家还在等待观望的时候，他们已经开始背起行囊走街串巷;而当人们开始明白需要自己动手、动脑才能致富时，温州的富翁已经成千上万了。

但是，有一点还要强调，那就是在投资理财的过程中，一定不要急于求成，因为财富的增长是一个积累的过程，是一项长期的行为。

一个成功的投资者，除了要选择好适合自己的投资对象外，还要培养并长期保持一种稳健、良好的理财心态。急于求成会使自己的努力付之东流，甚至在即将获得回报的时候与应得的财富失之交臂。

投资界的传奇人物巴菲特之所以能够拥有巨额财富，其中一个重要的原因就是他有良好的理财心态，他能够做到抗拒短期利润的诱惑，认定自己已作出的投资决策，坚持长期持有。

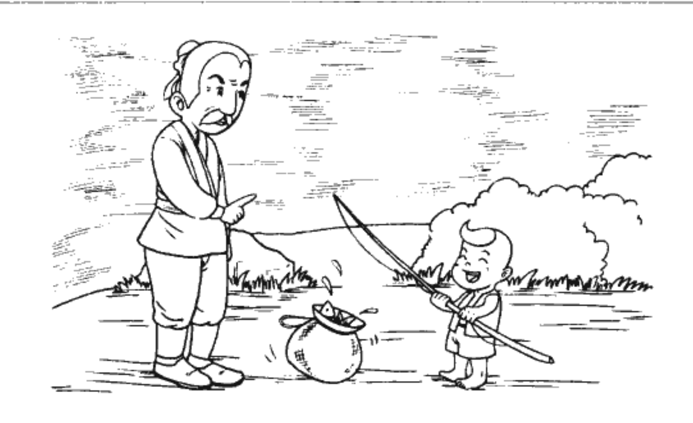
智者和农夫

——知识就是财富

有一个偏僻的小山村，村里人世代以种植玉米为生。有一天，来了一个倒卖种子的外地小贩，他告诉当地人，山中的平地非常适合种小麦，山脚下靠近河的土地非常适合种水稻。当地的农夫和智者就买了许多小麦和水稻种子。

第二年，他们按照小贩告诉他们的种法种了下去。智者不但把水稻田修整得十分平整，还把田地的蓄水功能调节得很好，山坡上的小麦的间距和密度也恰到好处。

农夫则不然，由于没有种过小麦和水稻，他就按照种玉米的方式种水稻和小麦。到了夏天，农夫的水稻全部旱死了。后来，当他听说智者为水稻田引水的时候，他就赶紧挑水灌溉小麦，结果小麦也快涝死了。



劳累了一年却一无所获，农夫感到非常不解，于是他去问智者。智者对他说：“知识带来财富，无知会让你受到损失啊！你的灾难源于你没有知识，你不了解水稻和小麦的习性，所以才没有收获。”

分 析

“无知造成了贫穷和愚昧，知识会给人带来财富，致富和摆脱财务困境的关键在于拥有知识。”

智者和农夫种田的不同结果就是对这句话的最好的说明。

社会发展到今天，知识作为一种非常重要的财富资源，越来越受到人们的重视。知识就是力量，就是生产力，就是脱贫致富的金钥匙。

当年，在巨人集团的事业正蒸蒸日上的时候，史玉柱决定建造一座自用楼，刚开始决定造18层，可是后来却决定建造一座70层的全国第一高楼。想法虽然可嘉，但是这却耗费了集团太多的资金，而且还大举外债，最后，不得不以失败而告终。

史玉柱后来总结自己失败教训的时候就说：“我失误就失误在那时候不懂财务知识，将流动资金大量投入固定资产建设，结果使企业流动资金枯竭。企业也受此拖累，最后支持不下去了。”

史玉柱失败的事实告诉我们，如果想成为一名成功的商人，财务知识是必不可少的。如果在商海扑腾的人不掌握必要的财务知识，就会“呛水”，弄不好就会被“淹死”的。

财务知识、先进的投资理念是一个人宝贵的财富。对于这一点，许多人已经看出了传统学校教育的弊端，当大学生们迈出校门的时候，突然发现毕业的同时也就意味着失业，因为他们缺少的不只是实践经验，更重要的是他们没有必要的投资理财观念和财务知识。

关注你的知识结构吧，知识能给你带来财富。

盲人和太阳

——别让别人的话影响、控制自己的行动

有一个人天生双目失明，从来不知道太阳是什么样子，但他平时经常听别人说“太

阳”、“太阳”的，心里就非常想知道太阳究竟是什么样子的。于是，他便来到大街上，向人打听，太阳是什么样子的。

他拦住一个过路的人，就问：“您可以告诉我，太阳是什么样子的吗？”

路人注意到他是个盲人，就告诉他：“太阳的形状就像个大铜盆一样。”边说边从街市上一个卖盆的摊子上拿起一个铜盆敲了敲，对他说：“听见了吗？太阳就跟这个东西一样。”盲人听到铜盆的声音，就在心里记下了这种声音。还自言自语地说：“原来太阳就是这样的。”

过了几天，这个盲人走在路上，听到远处传来阵阵钟声。他心里就想，这不是太阳来了吗？所以他就高兴地喊了起来：“太阳来了，太阳来了，我听到它的声音了。”从他身边经过的人被他吓了一大跳，都莫名其妙地停下来，看盲人手舞足蹈地喊着“太阳来了，太阳来了”。

分 析

一个自幼双目失明从未见过太阳的人，仅仅凭借别人告诉他的一点信息，就觉得自己知道了什么是太阳，结果被别人耻笑。

只靠道听途说，粗略了解一点皮毛，便以为自己获得了真知的人，同样是很可笑的。

要想获得财富，就必须亲身去做，把握致富的本质特征，才有可能实现自己的财富梦想。

盲人的眼睛看不见，所以他只能凭借别人告诉他的信息来判断自己所未见过的事物，结果被蒙蔽。

其实，在我们投资理财的过程中，许多人也在犯着类似的错误，他们不用自己的理智去分析当前的投资环境，却听信一些道听途说，把自己的理智搁置一旁，仅仅凭借身边的一些“小道消息”就作出投资决策，其结果可想而知。

肯德基的创始人哈兰·桑德斯在其60多岁的时候才开始创业，他从推销自己的炸鸡方法开始，许多人都认为他不可能成功。据说，他曾被拒绝过1000多次，但是，桑德斯对自己充满了信心，他仍然一如既往地推销自己的炸鸡方法，正是由于不受周围否定性“噪音”的干扰，他最终成功地创立了肯德基公司。

克莱斯勒公司在推出蝰蛇（Viper）跑车的时候，公司内部曾经有人抱怨噪音太大；进行消费者调查的时候，得到的反馈是车座太少，车内空间太小；于是有工程师主张使用马力较小的发动机，而且把两座改为四座。克莱斯勒的总裁卢茨坚决否定了这一方案，他说人们购买跑车就是看中了它的速度和年轻、洒脱、大胆的气质，甚至有些人就是喜欢跑车的噪音，我们不要制造完美的丧失个性的跑车，而要把力量用在最关键的地方。

狂妄自大的驴子

——正确认识事物

传说狮子非常害怕公鸡的叫声。

每天早晨，当公鸡开始打鸣，预示着新的一天开始的时候，狮子就感到非常恐惧，好像听到了某种咒符，赶紧远远地躲起来。

一天，驴子偶然发现了这个秘密，心里想，原来狮子也没有什么了不起，竟然害怕公鸡叫，由此驴子认为自己一定比狮子更厉害。

一天早上，驴子在公鸡旁边吃草，饥肠辘辘的狮子来侵害驴子。正在这时，公鸡突然叫了一声，狮子听到公鸡叫后非常害怕，转身便逃之夭夭。驴子见狮子听到公鸡叫又逃跑了，心里偷笑狮子的懦弱和无知，便立即跑去追赶狮子。

当它追到远处，远离了公鸡的时候，狮子猛地转过身来，迅速地把驴子扑倒在地。驴子感到非常的不可思议，在临死时才醒悟过来，它叹道："我真无知！多么愚蠢啊！难道狮子害怕公鸡叫就能说明它很胆小吗?"

分 析

在专业分工明细的社会里，对于任何一个想创造财富的人来说，完全驾驭所有的知识和信息已经成为遥不可及的神话，每个人都有自己的认知盲区，所以面对一个陌生事物时，一定要谨慎对待自己的判断和结论。

寓言中的驴子注意到狮子害怕鸡叫，就得出狮子懦弱和无知的结论，进而错误地以为狮子一定害怕自己，却不料因自己的无知赔上了性命。

事实上任何人和事物都会有其缺点和不足，但是这些缺点和不足都有其条件和背景，在寓言中，狮子害怕公鸡叫是事实，但是并不能因此片面地得出其懦弱和无知的结论。

在现实的理财活动中，人们总是因为认识方法或信息不全等因素而犯类似的错误，在商务活动中一方面对对手作出错误的判断，一方面认识不到自己的缺陷和不足，却不知道正是这种做法使自己不断地走入陷阱，陷入自我欺骗的梦幻中，误把现象当作事实真相加以利用，因此损失财富也就是在所难免的事情了。

1997年，三星集团董事长决定率领该集团进军汽车业。当时，三星集团的许多高层经理发现汽车行业相对当时市场已经存在生产力过剩的问题，但面对董事长的固执，这些高层经理只好以保持沉默来对董事长所坚持的这项130亿美元投资计划表示反对。

事实上，就是因为董事长既没有全面地掌握市场信息，又不深入地了解市场，还不肯听取公司高层的意见，致使三星集团进入汽车制造行业一年后，不得不宣告失败，公司也不得不耗费20亿美元的巨资来弥补债权人的损失。

农人骑马

——克服恐惧，撞开财门

从前有个乡下人到城里赶集，看到城里人骑着马来来往往，非常羡慕，也想骑匹马试试，但他自己没有马，而且也没有地方能够弄到马。回到家里和朋友说起这件事情的时候，他脸上露出遗憾的神情。

朋友非常同情他，就和他一同来到城里，找人租了一匹马来让他骑。

他骑上马出了城，走在田间的小路上，心里非常高兴。可是那马一见郊外一望无际的青草，突然变得兴奋起来，嘶叫着奔跑起来。这个乡下人吓得抱着马鞍惊叫起来，一下子被重重地摔到了地上。马从他的身上一跃而过，差点踏在他身上，把他踩死。

这个乡下人回到家里以后，就感慨万千地对儿子说："千万不要骑马，马是我们这个家族的大忌，你一定要铭记在心啊。"

分 析

在创造财富的过程中，可怕的不是遭受挫折，而是不能从挫折中获得正确的财富观念，来克服自己由此而引起的恐惧感。只有敢于面对挫折，从中获得教训才是好的选择。

我们知道投资可以致富，但是投资过程中潜在的风险和别人的失败事例却使我们望而却步，此时，对损失金钱的恐惧压住了希望致富的梦想，于是不敢去进行投资，不敢再去开创自己的事业，而是一味地生活在害怕损失金钱的恐惧感中，渴望有一份安定的工作，用每个月固定的收入来抵消与日俱增的恐惧。

对损失金钱有恐惧心理并不奇怪，但重要的是如何面对恐惧，是否能够走出恐惧；任何人都可能或已经损失过金钱，但重要的是如何面对损失，来摆脱负债的困扰，从而达到增加我们的资产的目的。正是处理恐惧心理的不同方式，造成人们理财方式上的差异。

当史玉柱由于在巨人大厦的错误投资而使自己的事业一度遭到毁灭性打击后，他并没有被失败所吓倒，他选择了东山再起。

1998年，他在上海注册了"健特"公司开始做脑白金，并把"敢于承担个人责任"作为新公司的一条经营理念，并用行为宣誓："追求诚信才能东山再起"。

正是这种无所畏惧、一往无前的精神和勇气，使得史玉柱在短短的两年时间里不仅还清了以前的债务，而且还使自己的公司开始赢利。

害怕影子的人

——消除对投资的焦虑

有一个人突然得了疑心病似的，走在路上发现总有一个黑影跟着自己，再瞧瞧地上，自己每走一步，还留下一个脚印，于是他心里十分惶恐。他走几步就朝后看看，一串脚印一直连到他的脚下，一个黑影与脚印连在一起，他害怕极了，总想摆脱这个黑影，但是他怎么也摆脱不了它。

这个人走呀走呀，心烦意乱、诚惶诚恐。当他路过朋友家门口时，他实在累得很，便进到朋友家里去歇会儿，喘息一下。待他进了朋友家门，发现影子不见了，他才算长长嘘了一口气，说："这下好了，这下好了。"

朋友见他这般模样，很是奇怪，问他出了什么事，他又不好意思开口说实话，便支吾着说："没什么没什么，我只是走累了，想在你这里坐会儿。"

跟朋友聊了会儿天，休息了好半天，又见影子、脚印都没有了，这个人准备起身回家。于是他向朋友告辞，出门回家。当他一走在路上，发现影子、脚印又出现了，依然是一步不落地紧跟着自己。这一下他可更加害怕了，就使劲地奔跑起来，企图甩掉影子和脚印。可是他跑得越快影子也跟得越快，他跑的步子越多脚印也越多。他想，可能是自己跑得不快才甩不掉影子的，于是他更加拼命地跑，一下也不敢停，甚至路过家门口时也不敢回去，他害怕把影子和脚印带回家去。他就这样拼命地奔跑不停，最后终于跑得精疲力竭、心力交

痒而死去。

分 析

这个人实在是太愚蠢了，只要有光亮就会有影子，没必要产生恐惧，更没必要摆脱它。即使实在不愿看到自己的影子、讨厌自己的脚印，那也只需要往阴处一站就得了，靠跑是不可能摆脱影子和脚印的。

一味地焦虑、担忧是于事无补的，要正确看待问题的根源所在，解决问题必须抓住关键，用正确理性的态度消解掉忧虑，这才是上上之策。

在日常生活中，有对于财富方面的焦虑是正常的，一方面担心自己的财富安全，觉得自己老面临财务危机，决定投资时又担心赔钱，这些担心都不奇怪。要知道我们生活消费中损失财富的必然性和合理性，但我们要注意消除自己财富方面的心理焦虑，尤其是对损失金钱的恐惧，这对投资理财活动来说是非常关键的。没有一个好的心态，就无法承受跌宕起伏的投资市场所给予的心理压力。

“金融大鳄”索罗斯用自己筹集的大笔资金再次冲击泰铢的时候，他该承受多大的心理压力啊，但是他凭着自己精确的分析和判断，投资的欲望战胜了内心对于损失金钱的焦虑，所以他成功了，获得了数以十亿计的财富。

投资是一场时间和毅力的较量，不稳定的心理状态和莫名其妙的焦虑只会使你的时间白白地流失。一定要发现自己的人格缺陷，然后有针对性地加以纠正和克服。不要沉浸在害怕失去金钱的焦虑当中，要从焦虑中走出来，培养自己良好的心理素质。

葡萄是酸的吗

——抵制“诱惑”

一只狐狸为了寻找食物已经走了整整一天一夜，但它仍然坚信自己能够找到食物。

它终于在山脚下看到一个农夫的篱笆墙里的葡萄架上挂着一串串晶莹剔透的葡萄，这让饥肠辘辘的狐狸口水直流，它真想摘下几串，美美地吃上一顿。来到葡萄架下，狐狸兴奋地跳了起来，但葡萄架实在太高了，它用尽全力跳了几次，越跳离葡萄越远。

看着架上的葡萄，狐狸想了一会儿，对自己说：“这里的葡萄还没有熟透呢，肯定是酸的。”想到这一点，狐狸心中似乎找到一点安慰，又开始上路，继续寻找它的食物去了。

分 析

吃不着葡萄就说葡萄酸。如果从葡萄味道鲜美的角度来讲，狐狸的判断当然是错误的，但假如我们换一个角度，从狐狸的角度来考虑这件事，结果显然就不一样了。由于自身能力有限，狐狸采取这样的方式来控制自己的诱惑，其做法显然是可取的。

在现实生活中，当我们正致力于积累自己财富的时候，控制诱惑是尤为必要的，因为许多诱惑往往带给我们负债，而不利于增加资产，特别是一些奢侈品和短期利益的诱惑。

许多人认为购买奢侈品是储藏财富的一种有效手段，实际上购买奢侈品同为了短期利益

而投资一样，都将损失你的长期利益。

微软的比尔·盖茨之所以能够多年蝉联全球富豪榜首，一个非常关键的原因就在于他能够经受住各种诱惑，无论是在微软辉煌的时期还是在微软股票下跌的时候，比尔·盖茨都没有放弃微软股权的念头，因为他的执著和相信延期回报的信念，不受短期利益的诱惑，经过长时间的努力和等待，终于造就了常人无法想象的财富帝国。

1995年5月，杨致远和费洛在加州的硅谷正式成立雅虎公司。雅虎公司上市前，网景公司曾有意购买他们的公司，如果他们接受的话，两人能各得300万股的网景股票，也就是说，网景上市后，他们的身价就会上涨到上千万美元。

但是他们抵制住了诱惑，决定继续在商场上打拼。结果，雅虎公司的股票在美国全国证券自营商自动报价协会第一天交易，就发生了令他们意想不到的奇迹：开盘价立即从首次公开上市时的每股13美元，猛涨到每股24.50美元。盘中曾上涨到43美元，最后以33美元收盘，股票市场总值高达8.48亿美元。

因此，能否抵制诱惑是衡量一个投资者能否成功的重要标准之一。不过，与寓言中的狐狸不同的是，我们要控制的恰恰是那些我们可以摘到手的“葡萄”，只要能够控制自己不受那些短期利益的诱惑，加上合理地安排自己手中的资金，选准投资方向，任何人都有可能拥有百万家财。

兄弟争雁

——当机立断

从前，有兄弟二人。哥哥看见一只大雁在天上飞翔，就张弓搭箭，准备把它射下来，他一边瞄准一边说：“射下来了就煮着吃。”

他的弟弟听了不同意，争辩说：“家鹅煮着吃好，鸿雁还是烤着吃好！”哥哥说：“不，还是煮着吃好！”弟说：“不，还是烤着吃好！”两个人争论不休，互不相让，一直吵到社伯面前，请他分辨是非。社伯说：“这事很好办，你们把雁剖开，煮一半，烤一半，问题不就解决了吗？”

兄弟俩一听，觉得这个主意好，于是都同意了。但他们再去找雁时，那只雁早已飞得不见踪影了。

大雁还没有射下来这兄弟俩就开始争论怎么吃，等到达成协议了大雁却早就飞走了。机会总是转瞬即逝的，所以必须在最恰当的时候抓住它，否则终将后悔莫及。

分 析

做事情要当机立断，切不可犹犹豫豫，致使本来属于自己的机遇同自己失之交臂。

在进行投资、创业、积累财富的时候，关键时刻果断地作出投资决定并付诸行动是非常必要的。

香港首富李嘉诚在创业之初，就显示出他果断、干练的做事风格，这在他的财富积累过程中起到了决定性的作用。

20世纪50年代中期，欧美市场兴起塑料花热，家家户户及办公大厦都以摆上几盆塑料

制作的花朵、水果、草木为时髦。面对这种千载难逢的商机，李嘉诚当机立断，丢下其他生意，全力以赴投资生产塑料花，并一举建立了世界上最大的塑料花工厂“长江塑料花厂”，李嘉诚也因此而被誉为“塑料花大王”。60年代初期，大家仍然看好塑料花生产的时候，李嘉诚却预感到塑料花市场将由盛转衰，于是立即退出塑料花业，避开了随后发生的“塑料花业衰退”的大危机。

接着他注意到香港经济起飞，地价将要跃升，于是就开始关注房地产业。他迅速投资购买大量土地，并在激烈的竞争中凭借自己的果敢决断，一举击败了素有“地产皇帝”之称的英资怡和财团控制下的置地公司，创造了房地产业“小蛇吞大象”的经典案例。李嘉诚也在这场房地大战中积聚了巨额的财富。

后来，有人在总结李嘉诚成功的经验时归结为：反应敏锐，果断处事；能进则进，不进则退。

而李嘉诚也因为自己处事果断，在香港及亚洲经济界获得举足轻重的地位。李嘉诚的成功，其果断决策起了决定性作用。

邯郸学步

——走出自己的致富之路

战国时期，燕国有个青年人，他听说赵国都城邯郸的人走起路来不紧不慢，潇洒又优雅，不仅姿势好看，而且显得很有风度。于是这位燕国青年就去学邯郸人走路的姿势。他收拾好行李，就朝邯郸的方向出发了。

到了邯郸的大街上，看着来来往往的人群，他不禁有些发呆，不知道该怎样迈步。

这时他看见有一个年龄与自己相仿的年轻人从身边走了过去，走路的样子令他非常羡慕。于是，燕国青年就跟在这个年轻人的后面，摹仿年轻人走路的样子。年轻人迈左脚，燕国青年也迈左脚，年轻人迈右脚，燕国青年也迈右脚，稍不留神，他就给搞乱了左右，精神也紧张起来，哪还顾得了什么姿势。眼看年轻人越走越远，燕国青年只好又回到原地。过了



一会儿，他又盯住了一个年纪稍大的人，就跟在老人身后亦步亦趋地学走路，过路的人都停下来诧异地看他。就这样，一连几天下来，这个燕国人累得腰酸腿疼，但还是没有学会邯郸人的步法。

他心里想，肯定是自己原来的走法影响了现在的学习，他下决心丢掉自己原来的习惯走法，重新开始学习走路。

可是，几个月过去了，燕国青年越学越差劲，不仅邯郸人走路的方法没学会，而且还把自己原来是怎么走路的也全忘了。

分 析

做事情不可生搬硬套，照葫芦画瓢，否则不但得不到预期的效果，反而会适得其反，贻笑大方。

从投资理财的角度来讲，就是不要亦步亦趋地去迷信前人、别人的经验，要在借鉴的基础上，积极地转变理财致富的观念，找到适合自己的投资渠道和理财方法，从而适应市场发展变化的需求，找到自己的金脉。

有时候，需要改变一下习惯性的思维方式，不妨考虑一下另一种思路，你也许就会发现自己的财富机遇，开始迈出建立自己财富帝国的关键性一步。

中国财富榜上排名第20位的顾军，天津大学热能工程系硕士毕业后，成为某个科研机构的一名研究人员，并在短时间内发明了“顾氏循环理论”，如果按照一般人的思路，无非就是转让专利，然后继续进行科学研究。

但是，顾军却没有这么想，他凭借自己的“顾氏循环理论”，走上了自我创业的道路，成立了自己的公司，对自己的专利技术进行开发，经过12年的艰苦努力，终于实现了自己的梦想。

只有适合自己的经验才是最重要的。千万不要像寓言中的燕国人一样，不仅没有学会邯郸人走路，反而连自己原来是怎么走的都给忘记了，成为人们茶余饭后的笑话。

杯弓蛇影

——善待失败

从前，有个人碰见自己很要好的一个朋友，就问朋友：“最近怎么不到家中做客了?”

只听朋友回答说：“上次在您家里做客的时候，承蒙您盛情款待，但在您给我敬酒时，却发现杯子中有一条蛇，所以心里感到特别不舒服，喝下去后就病倒了。”

杯子里怎么会有蛇呢？他想了半天，最后才恍然大悟，原来当时在招待客人的时候，自己客厅的墙壁上挂着一张弓，而弓上有一条用漆画的彩色的蛇，朋友杯中的蛇大概就是这张弓的影子吧！

于是，他就邀请朋友再次到家中做客，并在前次招待朋友的地方摆设了酒宴，让朋友还坐在上次坐过的地方。然后就问朋友：“您看一下，在您的酒中看到什么了没有？”朋友端起酒杯看了看，惊恐地回答说：“跟上次一样啊，酒里面有一条蛇。”

这时，主人就把挂在墙上的弓摘了下来，朋友再看自己的酒，发现酒中的蛇不见了。他

一下子就明白了，久治不愈的心病一下子就好了。

分 析

寓言中主人的朋友在看到酒中有“蛇”后，不去思考为什么会有“蛇”，这条蛇是否确实存在，而是一味地夸大这种假象或幻觉，最后导致疾病缠身。

在投资理财过程中，也有很多人犯类似的错误。这类人通常会在一时的决策失误造成投资失败后就一直受失败困扰，不敢再进行下一步的投资了。

失败并不可怕，人类就是在不断地接受失败的过程中成长起来的。

如何看待失败才是至关重要的。是在失败中接受教训，让失败成为自己下一个行动的动力，还是让失败的阴影时刻笼罩着自己，从此一蹶不振？

不同的心态导致了截然不同的行为和结果，心态积极的人当然会选择前者。

1997年，因八佰伴集团的核心公司——日本八佰伴公司出现经营危机，负债1600亿日元，公司宣布破产，和田一夫承担全部责任，将所有私人财产用来抵偿债务，自己一贫如洗，赁屋而居。

从国际流通集团的总裁到身无分文的穷光蛋，从拥有30间一栋的深宅豪院到租住简陋的公寓房，从坐配有专职司机的劳斯莱斯到自己买票乘公交车，其间差别真可谓天上地下。值得庆幸的是，这位老人的脸上没有遭受失败打击后留下的愁苦神情，特别是那双眯缝的眼睛里，流露着阳光般的微笑，很难相信这就是那位八佰伴集团破产后销声匿迹的原总裁。正是因为这种不怕失败的心态，1998年，70岁的和田一夫又创办了一家顾问公司，这一次他决心将自己的经营经验和教训传授给年轻的经营者们。

磨坊主和驴

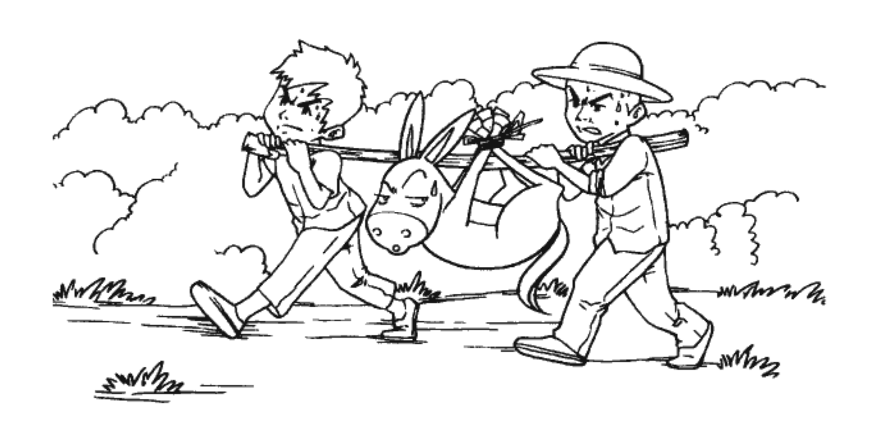
——不要盲从，要独立决策

有个磨坊主和他的儿子赶着他们的驴到集市上去卖。路上先遇到一群妇女，其中一个妇女说：“你们看这两个人真傻，有驴不骑，却用脚在路上走。”

磨坊主听了这话，就让他的儿子骑上驴，自己在旁边走。没有多久，他们又遇到一群老人。其中一个老人又说：“你们看那父子俩，懒惰的儿子骑着驴，而他的老父亲得走路，赶快下来吧，你这小孩，应该让老人家休息休息他疲劳的双腿！”磨坊主听了以后，只好让他的儿子下来，自己骑了上去。

这样又行了几里路，碰到一群妇女和孩子。几个妇女立刻喊起来：“大家看，哪有这样的父亲，怎么能自己骑驴，让可怜的儿子在身边走呢?”老实的磨坊主立刻把儿子抱上驴坐到他前边。这时候，他们来到了集市的城门口了。一个市民看到了，开玩笑地说：“这驴是你们自己的吗？哪有这样骑的，你们都要把它压死了。倒是你们两个抬着它，要比它驮着你们两个更省力气。”

可怜的磨坊主听了，就和儿子下来，把驴的四条腿捆在一起，用一根棍子把驴抬起来，往集市里走去。



分 析

磨坊主盲从别人的意见，最后和儿子一起抬着驴子走。真是个天大的笑话，竟然有人没有主见到这种地步。

这样的错误如果发生在理财过程中，可就不是笑一笑那么简单了。

如果我们在理财过程中一味地盲从，轻则会使自己蒙受经济上的损失，重则使公司破产、企业倒闭。

所以，一定要认清事实的真相，不要盲从，要独立决策。

提起“银广夏”，相信许多人会记忆犹新，当年许多投资者就是由于被“银广夏”的虚假信息蒙蔽了眼睛，没有注意用数字去分析“银广夏”的实际财务状况。

等到这家公司的造假行为被揭发出来时，许多投资者的资产已经全部陷了进去，可谓是血本无归。这么深刻的教训应当引起投资者的广泛注意。

不听劝告的马

——不要让贪欲蒙蔽了理智

从前，有相当一段时间是马独占着整个草原。有一天，鹿闯入了它的领地，想与马分享草原。

马对鹿的闯入十分仇视，一心想报复，于是它便和兔子、狐狸商量怎么样才能把鹿赶出草原，狐狸提议说，我们应该去向人寻求帮助。于是马便向人请求帮助惩罚鹿。人回答说，如果马愿意把一块马口铁含在嘴里，并答应让人骑在马背上，他就拿出最有效的武器为马去驱逐鹿。

兔子听到后对马说：“不可以，这样虽然赶走了鹿，可是你也落入了人的圈套了啊。”

可是，被愤怒和贪婪填满头脑的马一心想把鹿赶出去，不顾兔子的忠告，同意了人的要求，允许人骑在它身上。从那一刻起，马才深刻地体会到，还没有对鹿进行报复，自己却成了人的奴隶。

它十分后悔没有听从兔子的建议，可是，为时已晚。

分 析

有学者说:人的精神生活如果被贪婪和以自我为中心的意识所蒙蔽，生活就会变得焦虑和空虚、情感和理智就有被割裂的危险；有哲人说：贪婪像一道奇异的减法，有时虽然获得了一些，但最终会失去更多。

贪婪会使简单变复杂，轻松变沉重，快乐被湮灭；贪婪会让人丧失理智、不计后果、铤而走险，最终葬送自己。

贪婪是人性的一个弱点，如果不注意克服，后果绝对是不堪设想的。所以，不论是在生活中，还是在财富积累的过程中，都要注意克服这一人性弱点，尽量不要犯寓言中马犯的错误，让贪婪蒙蔽了理智，以致无法冷静分析别人的建议。

1998年到2000年间，华尔街的投资高手们看准了网络股，于是纷纷向价格不菲的网络股投资。但是对于投资这种公司的投资者来说，通常都是以低价买进，再把公司推向公众市场，然后退出、获利。但是，一向精明的投资家盖伯却被幻想和贪婪遮蔽了自己的理智，在他看来，这种通过网络来进行销售，让顾客永远不再上市场和商店购物方式是很有前景的。而在此时，有许多人建议他不要光看好预期，也应该考虑一下人们的消费心理与消费习惯，但是，盖伯没有理睬这些建议，而是马上到处开店营业，结果虽然得到大笔投资资金，但实际上的开支比投资要大得多，因而很快就失败了。

在国内，有一家生产廉价轿车的厂商，看到豪华车市场利润水平特别高，不禁萌生了进军豪华车市场的野心。但是企业领导层在经过周密的市场分析之后，还是放弃了这个似乎很诱人的计划。因为他们发现豪华车市场虽然利润颇丰，但是进入门槛却很高，已有的竞争对手都是国际级大品牌，进入这个领域自己完全没有任何竞争优势。

猴子和狐狸

——时刻保持理智

森林里举行动物大会，要求每个动物都要准备节目，并要根据大家对他们表演的满意程度来推选森林之王。在这次集会上，猴子大显身手，大家对它表演的舞蹈非常满意，最后一致推选猴子做森林之王。

狐狸对猴子被选为森林之王十分嫉妒。过了几天，狐狸在一棵大树下面发现一个捕兽夹子，夹子里夹着一块肉，心里有了主意。

狐狸跑去对猴子说：“大王，我发现了一个宝物，想留给大王作贡品。不过我没有本事动宝物，您最好亲自去取。”自从当上森林之王以后，猴子早已经变得不可一世，觉得自己什么都不怕,于是就让狐狸带路。

到了那棵大树底下，狐狸指着捕兽夹子说：“就是这个东西，你看上面还有肉呢!”

没等狐狸说完，猴子便轻率地跑上前去，结果被夹子夹住了。当它斥责狐狸陷害它的时候，却听狐狸说道：“你这笨蛋，凭你这点小小的本事，还想做森林之王吗？”

分 析

一个所谓的森林之王的头衔把聪明的猴子搞得迷迷晕晕的，结果被狐狸愚弄。

在个人投资理财的过程中，无论在什么时候都要保持理智，要时刻运用自己的理性去分析事物，才能避免酿成大祸。

投资理财积累财富是一项仔细精密的事业，要求非常严谨，任何小的失误和马虎都有可能使自己的投资付诸东流，只有不断地运用我们的理性，才能在变化多端的资本市场积累到属于自己的经验和直觉，而这些经验和直觉正是带给我们财富的关键所在。

美国伯克希尔·哈撒韦公司的董事长兼总经理是世界头号投资家沃伦·巴菲特，他是惟一一位只靠投资证券稳居全球富豪宝座的人。

有一次在回答听众对他关于“如何致富”的提问时，他说：“我的致富经验中重要的东西是理性。我总是把智商和天资看作发动机的马力，但产量(发动机的工作效率)则取决于理性。许多人拥有一台400马力的发动机，但只获得100马力的产出。如果拥有一台200马力的发动机，并使它开足马力，这是更好的途径。”

的确如此，要想成为一个优秀的投资者，就应该像企业经理那样去考虑问题，而一个优秀的企业经理在思考问题时，也应该像一个投资者才对，而这两种人都是我们现实生活中理性的代表。

愚人失袋

——财务安全与财务自由

有个人听说城里很繁华，很想去逛逛，就把家里的东西收拾了一下，和乡亲们结伴去城里。

但是，他又不放心家里的财物，害怕被别人偷走，于是他就把所有值钱的东西都换成钱，装在袋子里，并将袋子的钥匙系在自己的腰带上，从不离身。

他想只要钥匙还在，即使袋子被小偷偷去了，小偷也开不了袋子，也就没什么可怕的了。所以他就把自己的注意力全部集中在钥匙上了。

当他要取钱的时候，突然发现袋子不见了，怎么找也找不到，肯定是让人给偷走了。

和他一块来的人都很替他着急，劝他说：“赶紧到衙门报官吧，要不及时抓到小偷，只怕钱也追不回来了。”

可是这个人却满不在乎地说：“不要紧，小偷偷走袋子也没有用，你们看，开袋子的钥匙还在我这呢!”

他一边说一边从腰带上解下钥匙，得意洋洋地给周围的人看。

分 析

袋子都丢了，光剩下一把钥匙有什么用呢?

在创造财富的过程中，一定要搞清楚什么是真正的财富，如何实现真正意义上的财务安全，千万不可盲目地自我麻痹，否则就会遭受损失。一味地担心损失金钱，是于事无补的，要善待自己手中的金钱，科学理性地寻求财务安全和财务自由。如何实现财务安全对于个人

来说是非常重要的。

财富积累通常有两种方式，一种是寻求职业保障或者采用储蓄的方式，另一种是选择财务自由。

这两种方式的结果也是非常有意思的：越想寻求保障，反而越容易陷入债务危机，进而更想寻求安全保障，从此进入一种恶性循环。另一个结果是，拥有风险意识，利用自己的理智，在对各种风险加以认识、利用的基础上进行理性的投资，这样反而会获得财务自由，离风险也越来越远。

克莱纳准备创业的时候，他选择了把固体电子技术引入市场这样一个项目，可当时电子技术的应用还不明显，风险非常大，所以就遇到了筹集资金的问题。他找到银行家阿瑟·洛克，希望得到他的帮助。

洛克是一位非常英明的投资者，当时他完全可以选择一个更加安全的投资项目。但是他没有那样做，他觉得为了获得更多的财富，冒点风险是值得的，所以他在对克莱纳的项目做了仔细的分析和考察之后，筹集了50万美元的风险资金，购买了这家公司的部分股权，这家公司就是后来的“仙童”公司。两年后，该公司的销售额就达到了300万美元，税后利润为销售额的10%，洛克也因此获得了巨额的财富。

通过这个案例可以看出，洛克追求的不是财务安全，而是财务自由。虽然洛克冒了一定的风险，但正是风险让他获得巨额财富的。

可见，财务安全的最高境界就是财务自由。如果过于追求所谓的财务安全，就会像寓言中的愚人一样，使财务变得不安全，最后失去财务自由。

生木造屋

——培养理财的知识结构

为了兴建一幢房屋，宋国大夫高阳应派人在自己的封邑内伐了一批木材，木材刚一运到，他就找来工匠，催工匠即日动工建房。

工匠看到地上横七竖八堆放的木料还有水分。从树皮脱落的地方、树干的断口处可以看出它们都是生木料，这种木料怎能马上盖房呢？工匠对高阳应说：“目前还不能开工，刚砍下来的木料含水太多、质地柔韧，承重后很容易变弯。刚开始看起来，用这种木料盖的房子与用干木料盖的房子差别不大，但时间长了，用湿木料盖的房子很容易倒塌。”

高阳应听了工匠说的话，冷冷一笑，自作聪明地说：“依你所见，不就是一个湿木料承重后容易弯曲的问题吗？可你有没有想到湿木料干了会变硬，泥巴干了会变轻的道理。等房屋盖好以后，用不了多久，木料和泥土都会变干，那时房屋是用变硬的木料支撑着变轻的泥土，怎么会倒塌呢？”工匠们是在实践中懂得用湿木料盖的房屋寿命不长，但主家这么说，他们也感到很为难，所以工匠只好遵照高阳应的吩咐去办。虽然在湿木料上拉锯用斧、下凿推刨很不方便，他们还是克服了种种困难，按尺寸、规格搭好了房屋的骨架，抹上泥以后，一幢新屋就落成了。

刚开始的日子里，高阳应对住上了新房颇感骄傲，并且认为自己用心智使工匠折服了。可时间一长，高阳应的新屋越来越往一边倾斜。他的乐观情绪没有了，开始忧心忡忡。高阳应一家怕出事故，从这幢房屋搬了出去。没多久，这幢房子果然倒塌了。

分 析

不要轻视知识，更不要把无知当聪明，尤其是当你面对自己的资本和事业时，时刻注意虚心学习，只有知识是自己永恒的财富，拥有了知识，就算有些东西失去了，也会再来。

在聪明的犹太人眼里，任何东西都是有价的，都能失而复得，但只有智慧才是人生无价的财富。当犹太人的孩子刚懂事的时候，他们的母亲会将蜂蜜滴在书上，然后让孩子们去舔书上的蜂蜜，旨在告诉他们：书本是甜的，爱知识吧，这才是你人生真正的财富。

财务知识在未来的“知识经济”的社会里是非常重要的，每一个想摆脱财务困境、成就自己财富梦想的人都应该完善自己理财的知识结构。

当然，我们不会因为拥有这些知识，就可以坐等财富的到来，但是这些知识却是你事业的基础之一，要在不断进行投资理财的过程中去明白怎样运用这些知识来给自己创造财富。

完善理财知识结构的过程也是一个创造的过程，是任何一个希望获得成功的理性投资者所应具备的条件。

投资大师巴菲特就是因为跟他的老师格雷厄姆系统地学习了财务知识，并领会了老师投资的核心思想——从企业的内在价值出发，在以后的投资过程中不断完善自己的投资理财知识结构，并发现了许多新的秘密和方法。

楚人学齐语

——积累自己的理财经验

战国时期，宋国君主昏庸，而大夫戴不胜却很关心国事，很想让国君多理朝政，就是不知道该怎样劝说才好。戴不胜知道孟子很有见识，很想向孟子请教。有一次孟子到宋国旅行，戴不胜大夫很恭敬地接待了孟子，向孟子请教说：“您是很有学问的人。请您告诉我，怎样才能劝说一个国家的国君把自己的全部精力用来管理自己的国家，多为国家办些好事呢？”

孟子想了一会儿，微笑着不紧不慢地说道：“这话看怎么说，比如说，有位楚国大夫很想让自己的儿子学说齐国话，您看是请齐国人教他好呢，还是请楚国人教他好呢？”戴不胜也笑着回答说:“当然是请齐国人教他好啊！”

孟子笑了一下，接着说：“即便请来一个齐国人很耐心地教他说齐国话，然而他周围的人觉得很希奇，整天来干扰他，跟他说楚国话，在这种情况之下，哪怕用鞭子来抽打他，逼迫他学齐国话，他仍然是学不会的。如果把他带引到齐国去，并且住在齐国都城最有名、最繁华的街巷里，住下来学讲齐国话。几年以后，他的齐国话学会了，讲得很好了，到那时再要他说楚国话，那也是很困难的了。”

分 析

要在获取和积累财富的过程中形成自己的理财经验，一味地被动硬学财经知识，一味地依靠基金、债券类的投资计划，不但在无形中减少了我们的投资收益，而且当环境变化时，很难作出有效的反应来减少自己的损失。

可以说，一个人的投资经验和智慧是他们在理财活动中不断积累的结果，这才是他一生真正的财富。

而要积累自己的经验，最好的办法就是向那些成功的人学习。要知道，正是经验和教育才使人类的智慧得以传承的。

个人进行投资理财的时候，我们所受的教育和自己所积累的知识可以使自己免受无知的影响，而我们所积累的经验可以使自己规避损失资产的风险。

就像学习游泳一样，你需要自己亲自下到水中去，在小的投资和理财活动中积累关于增加资产的经验，在这个过程中，你所接触的人将对你产生重大的影响。

“股神”巴菲特就是在其老师的证券分析体系上，根据自己的经验引入了成长性原则，构建了自己的财务分析体系。

他所受的教育和积累的经验不仅使他在早期躲过了美国20世纪30年代的金融灾难，而且还使他幸运地在美国股市的底部搜集到了自己原始资本的金矿。

因此，在参与投资游戏的过程中，我们将会对这个游戏形成自己的经验，更加深刻地理解投资游戏的金钱规则。

如果我们在这个过程中积累起丰富的经验，那么我们将会花越来越少的时间和金钱去做越来越大的投资，从而创造更多的财富。

经验是可贵的，如果我们学会了如何用钱赚钱，我们会实现真正的财务自由，反过来自己又将会积累更多的、更丰富的经验。

聪明的狐狸

——复利的力量

有一天，狐狸和兔子在一片收割过的田地里发现一袋农夫落下的玉米。它们非常高兴，心想，这下可有过冬的食物了。

于是它们高高兴兴地把这袋玉米带到田边，然后把这袋玉米分成两份，各自带了回去。

等到第二年秋天的时候，兔子对狐狸说：“今年我要是再捡到一袋玉米就好了，那样我今年冬天就可以和去年一样舒舒服服地过冬了。”

狐狸听了兔子的话，惊奇地问：“难道你把去年的玉米全都吃了不成？”

“是啊，难道你没有吃完吗？在我看来玉米是最好的过冬食物啊！”兔子说。

狐狸笑了笑：“看来你今年不得不再去寻找食物过冬了，我把去年分的玉米找了块肥沃的地种了下去，今年收了更多的玉米，我以后是不需要为过冬的食物发愁了。”

分 析

狐狸充分地显示了它的智慧，它非常彻底地利用了复利的力量。

实际上财富的秘密就是这样，通过复利的方法完全可以增值和翻倍。

复利计息是人类最惊人的发明之一，有人甚至把用复利计息称为人类的“八大奇迹”之一。

只要很少的投人，经过时间和复利的力量，一段时间以后，就会给你带来惊人的财富。

明白了复利的道理之后，就应该学会利用复利的力量来增加我们的财富，其中的关键就是要相信延期回报，持有长期的展望和计划，进行长期投资，以便使复利的力量充分发挥出来。

号称“第一理财家”的彼得·林奇就着眼于长期的资本复利增长，而对短期的微小利益弃而不顾。

虽然林奇的这种投资方式同巴菲特的集中投资有所不同，但是他也同样是在相对集中的基础上，进行大量的分散投资，并长期持有，使复利的力量充分发挥出来。

由于林奇的出色管理和经营，他所在的富达集团的麦哲伦基金在1977年至1990年间，总规模成长了2700%，年复利增长达到29.2%。

我们可以打个比方，如果一个人在1977年在该基金上投资10万美元，那么到1990年，短短的13年间他就成百万富翁了。这就是有人把复利计息称作“人类的第八大奇迹”的原因。

尴尬的国王

——不要轻视基数

古时候，有一个非常富裕的国家。有一次，有位大臣因为解决了一个令国王头痛的难题，国王决定要重重地感谢这位大臣。于是国王就命令侍卫把这位大臣叫来，对他说：“你为我解决了如此头痛的难题，我要重重地奖赏你，你自己提个条件吧，你无论提什么条件，我都会答应你的。”

这位大臣看了看国王，心想：当国王的就是不一样，好大的口气啊！让我和他开个玩笑。于是想了一下就回答说：“陛下，臣的要求不高，只要些米，但条件是，在象棋棋盘的第一个格子里装一粒米，第二个格子里装两粒，第三个格子装四粒，第四个格子装八粒，以此类推，直到把棋盘的六十四个格子装完。”

国王一听，暗自发笑，心想，这位臣子的要求也太低了，就要些米，照此办理！

装米的工作进展非常顺利，不久棋盘就装不下了，改用麻袋，麻袋也不行了，改用小车，小车也不行了，粮仓很快告罄。数米的人也累昏无数，但那格子却像一个无底洞，越来越填不满。



国王终于发现自己上当了，是啊！一个东西哪怕基数很小，一旦以几何级数成倍增长，结果也会骇人听闻。这下国王犯愁了，要满足不了大臣的要求，自己还算是一国之君吗？

分 析

不要轻视似乎微不足道的基数，关键要看它的增长方式是线性增长还是复利增长。

财富是需要不断积累的，而我们把握好资本的增长方式更关键，要成就自己的财富梦想，首先要丰富自己的知识和技能，完善自己理财的知识结构，然后谨慎地从小的投资开始。

石油大亨保罗·盖蒂说："如果你想变得富有，就找一个富有的人，做他正在做的事情。"

重视复利的力量是致富的重要秘诀之一。

美国一个只有小学文化程度的洗衣妇女欧西·墨卡迪，在40岁之前年收入从来没有超过9000美元，但是当她稍有盈余，就开始往银行存钱，她从硬币到五角、一元的纸币，从来不动，1995年，她向南密苏里大学捐款15万美元。

曾经成为全球首富的沃顿先生非常善于运用自己的财务知识和投资技能，加上对于财富积累效应的重视，所以他的每一笔小的投资在经过时间和复利的作用之后，使财富的雪球越滚越大。百万富翁的辉煌很多都是从很小的基数开始的。

醉酒的猴子

——资产和负债

有一天，一群猴子在树林中玩耍，看到一个猎人走进树林。这些猴子就躲在叶子浓密的树枝上，偷偷地看着。这时，猎人感觉到有点口渴，就从背囊中拿出水壶喝水。就在猎人要将水壶放回背囊的瞬间，一只猴子眼疾手快地抓住树枝荡了过来，抢走了猎人的水壶。这群猴子也像猎人那样轮流地喝水。

第二天，这群猴子在树林中玩耍时，又看到昨天的猎人挑了两桶水来到这片树林，坐在一棵大树底下，还盛了一碗水喝，然后离开了树林。这群猴子高兴坏了，你争我抢地喝起来。这时，昨天抢水壶的那只小猴子高声叫道："别喝了，这不是水！"其他猴子都哈哈大笑，嘲笑它说："不是水是什么？你看它不是和水一样吗，也是无色，透明的。"它们也不理会这只小猴子的话，不一会儿，两桶水就见底了。只见这群猴子一只只开始东倒西歪地倒在地上，原来桶里装的是酒。

这时，猎人拿着口袋来到树林中，除了那只小猴子外，其他的猴子都被猎人装走了。

分 析

资产和负债就像寓言中的水和酒一样，不容易区分，所以，就有相当一部分人在投资理财时，错把负债当作资产加以购买，其结果自然就像寓言中的猴子一样，错把酒（负债）当作水（资产），而误入了猎人的圈套，最终由于醉酒而被猎人生擒活捉。这样的比喻虽然牵强了些，但足以说明如果错把负债当成资产的话，后果将是不堪设想的。

我国企业会计制度把资产定义为："过去的交易、事项形成并由企业拥有或控制的资

源，该资源预期会给企业带来经济利益”。把负债定义为“过去的交易、事项形成的现时义务，履行该义务会导致经济利益流出企业”。

事实上，我们可以这样来理解资产和负债，即，资产就是能给你带来收益的东西，而负债就是能使你的财富流失的东西。因此，在理财的过程中，我们首先要确定我们手中所拥有的是资产还是负债，进而想方设法增加资产，减少负债。同时我们还要注意，资产和负债是可以转化的，当某项资产长期滞留在我们手中而没有增值时，由于储存这笔资产我们需要花费一定的费用，那么这项资产就转化成了负债。企业或个人由于对资产和负债的处理不当致使企业破产、个人陷入财务恐慌的例子比比皆是。

原河南亚细亚集团在企业如日中天的时候，匆忙决定在郑州市二七塔繁华商业区投资兴建亚细亚五彩购物广场，这样一个巨大的投资对亚细亚集团的资金周转是具有举足轻重的影响。

事实也是如此，五彩广场建成之后，并未给企业带来预期的收益，反而使亚细亚集团的债务不断增加，两年后宣告停业，后又被法庭依法裁定破产还债。

郑州亚细亚投资兴建亚细亚五彩购物广场没给企业带来很好的收益，相反却因为这项投资增加了企业的负担，这是很明显的把负债当作资产的案例。

一定要谨慎地分清财务报表中的资产和债务，然后再进行理性的投资。误把负债当作资产加以购买和运营将会给个人和企业的财务带来致命的打击，甚至落入竞争对手设置的陷阱。

钻石与石头

——资源的稀缺性

有一个非常富有的收藏家，他的家里有数以万计的珍宝，其中尤以钻石为多，大大小小，有的一点瑕疵都没有，是世上少有的珍宝。

有一天，收藏家和朋友到山里去游玩，在一个突兀的峭壁上，他们发现了一块奇石。

收藏家很喜欢，便费了一些工夫把它完整地切割下来，小心翼翼地带回家，放到收藏钻石的屋子里，摆在最显眼的地方，仿佛满屋子的钻石都是为了衬托这块石头似的。

钻石们当然很不服气，它们想自己的价值是何等尊贵，这块破石头有什么价值，竟然坐在最尊贵的地方，接受自己的朝拜。

于是，钻石们一起向石头发起攻击，说：“破石头，滚回你该去的地方吧，这里只存放有价值的东西。你不配坐在这里。”

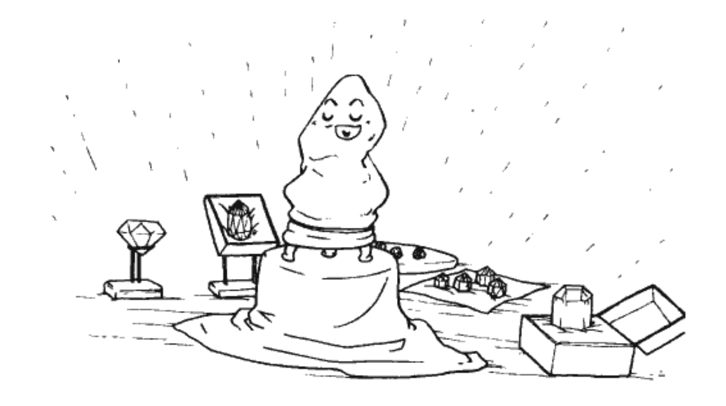
奇石笑着看着它们，慢慢地说：“你们有什么价值呢？你们之所以被人们视为珍宝，不过是因为在大自然中，你们的储量比较少罢了，难道我不也一样吗？正是稀缺才造就了我现在尊贵的地位。”

听了这话，钻石们顿时哑口无言。

分 析

钻石和奇石之所以能受到珍爱，就在于它们的稀缺性。资源的稀缺性决定了它们的价值，换句话说，稀缺资源就是财富。

西方经济学的观点认为，正是资源稀缺性的存在才产生了经济学。所谓资源稀缺性就



是指相对于人类社会的无穷欲望而言，经济物品，或者说生产这些物品所需要的资源总是不足的。

实际上，经济学中所说的稀缺性是一种相对稀缺性，它并不强调资源的绝对数量的多少，而只是相对于人类欲望的无限性而言的。

正是由于资源稀缺性的存在，才出现了商品价值高低的问题，这也是人们常说的“物以稀为贵”。

过去我们一直把水资源当作一种用之不竭、取之不尽的自然资源。但随着近年来人类对自然的破坏和污染程度的日益严重，水资源也慢慢地变成了一种稀缺资源，给商家带来了无限商机。

首创集团就是看准了这一市场，果断地向合资成立的深圳市水务(集团)有限公司投资29.4亿元人民币，拥有了该公司40%的股权，并于2003年12月30日，公布了进一步增资首创威水的董事会决议。

首创集团的这次运作被业内人士评为“2003年中国水务市场最大的投资案例”，在不到一年的时间里，源源不断的巨额收益便说明了当初投资于这一产业的正确性。

所以，要利用资源稀缺性的原理，它是我们的商机和财富的源泉。

家有“宝玉”

——抵押贷款与不动产

一个非常吝啬的守财奴有一次意外地发现了一块精美的玉石。他想，这可是一块“宝玉”啊，一定要小心谨慎地加以保管。于是就花费巨资在自己的家中修了一个非常隐蔽而又豪华的密室，然后把这块宝玉放了进去。

由于对财富的痴迷，他每天都神智恍惚，担心有人偷走了他的宝玉，所以不得不每天提心吊胆地守在密室里，惟恐心爱的宝玉消失了。

有一天，他家的柴房失火了，大家都惊慌失措，劝他赶紧去救火。可是，守财奴不但不去救火，反而赶紧跑到密室里，守护起心爱的宝玉来了。由于当时恰好是秋天，天干地燥，火势十分凶猛。很快，火势就控制不住了，大火弥漫开来，当大家劝守财奴赶快逃命的时候，他却怀疑是有人想夺取他的宝玉，不肯离开。

就这样，大火烧了一天一夜，把守财奴的房子全都烧掉了，他也被活活烧死。

分 析

为了一块玉石，守财奴搭上了自己的性命，在任何人看来，这都是非常可笑的，但是现实中许多人的投资理财行为正好与此非常相似。

这些人往往会受到一些没有价值的、精美的物品的诱惑，把自己本不丰裕的资产投资于这些物品，最终导致入不敷出，落个破产的结局。

尤为明显的就是对于不动产和抵押债券的偏好。许多人以为，不动产就是资产，投资于不动产是非常安全的，所以，他们用辛苦赚来的钱去购买房子。

同样，银行也为了鼓励人们贷款，提出了可以进行抵押贷款的政策。因此有人用贷款去购买房子等不动产，以后又为了房子和抵押贷款而辛苦地工作。

实际上，我们购买的不动产正在使自己的现金不断地流出，这种现金流的流向实际上是增加了我们的负债而不是资产。而且房子等不动产的价值并不总是在升值，在用资金购买不动产的同时，我们也就丧失了用资产去增值的机会，这才是最大的损失。

想想，我们本可以把这些资产用于接受教育，获取新的投资经验，投资于那些可以使现金流入的投资项目。因此，我们完全可以得到这样的结论：那就是一个人花钱做什么，就决定了他是否会赚钱。家有“宝玉”不一定是一件好事，要学会妥善应用自己的不动产。

解决这类问题的关键就是不要把不动产作为自己的资产加以对待，要利用不动产来增加你的财富，而不是像守财奴一样，守着它，让获得财富的机会从眼前白白地流失。

千万不要把资产投资到实际上是负债的不动产上，负债会产生负的乘数效应，会导致现有资产的快速流失。

死海的故事

——关注现金流

很久以前，有许多河流注入死海，所以死海的水位一直在不断地上涨。由于有活水流入，死海也显得生气勃勃。可是它却感到十分恼火，因为它觉得自己的海水原本是甘甜可口的，就是由于这些河流的汇入，才使水里的盐的浓度增加，所以它就对这些河流抱怨道：“我的水本是甘甜可口的，是你们将我变得咸涩而不可饮用。”

河流知道它是有意来责难的，便说：“那我们从此以后就再也不流到你这里来了，你也就不会变咸了。”

就这样，以前流向死海的河流都改道了，可是死海的水非但没有因此而变得甘甜可口，反而更咸了。而且现在更为致命的是，由于没有河流的不断注入，死海的水位开始下降，这时它才明白那些看起来让它生气的河流给予了自己生命，可是为时已晚。

分 析

海纳百川，有容乃大，当死海拒绝了为它汇聚活水的溪流时，它也就选择了枯寂。

投资理财活动也是如此，我们要时刻关注自己的现金流，有了现金流的不断注入，财富才有不断增加的可能。

但遗憾的是，许多人由于被损失金钱的恐惧所遮蔽，不敢进行投资。出于对贫穷的恐惧，他们开始积累金钱，或者储蓄，或者去购买债券，他们希望用这种保守的方法来留住金钱。因此，他们的现金流的增加远远落后于他们消费支出的增加。

当年的秦池集团，以出色的工艺酿造了精美的琼浆，在中国的白酒市场上可谓是出尽风头，占据了过半的白酒市场份额。

但是在企业发展势头正猛的时候，集团的决策层作出了一个错误的决定，他们要去争夺所谓的“标王”。

他们以为只要企业的知名度大了，企业就会有更好的发展前景，所以花费了巨资做广告。

结果，标王是拿到手了，可是企业却因为把大量的资金用于广告，致使企业的生产经营无法正常运转，更不用说上新的生产线，扩大生产规模了。

要记住，只有现金流才能消除我们损失金钱的恐惧，所以我们要尽可能地去投资于资产，以增加收益，而不是增加负债。财富积累的全部秘密就在于掌握好现金流的流向。

聪明的乌鸦

——学会融资

一只乌鸦口渴了，它忽然看见树下有一个水瓶，水瓶里的水在太阳的照耀下熠熠闪烁，它非常兴奋地向水瓶飞过去。可是，等飞到那里一看，乌鸦却发现瓶口太高，又长又细，而且瓶里的水太少，自己的嘴根本够不到。

乌鸦围着水瓶转来转去，左思右想，就是想不出喝水的办法。正在它舌干口燥的时候，突然注意到不远处有一些碎石子，它有了主意。它叼来一些石子，用嘴把它们一颗一颗放到水瓶里去。水瓶里的水慢慢地涨到了瓶口，很快乌鸦就喝到水了。

分 析

在进行理财和投资的过程中，很多时候困难的不是发现不了好的投资项目，而是苦于没有资金，只好看着机会从眼前流走，就像在没有想出“喝水的办法”之前的乌鸦一样，但是一味地等待永远解决不了问题，“乌鸦喝水”是否能给我们启示呢?

我们遇到资金周转困难，试图进行融资的时候，切记，要懂得利用自己手中那些有价值的东西，这样才能比较容易地筹集到资金。

现代社会给人们提供了各种各样的融资渠道，除了商业贷款之外，还有股票、债券和其他的融资渠道。能否利用这些融资渠道为自己的企业或公司筹集资金是衡量一个人是否善于理财的标准。在现代商业社会，用别人的钱赚钱已经成为商界的一条准则。

当年，马云创立阿里巴巴网站的时候，就遇到了资金困难，在经过周密的考虑之后，他决定利用自己网站的未来价值去游说那些投资者。那些精明的投资者在反复权衡比较之后，看中了这个网站优秀的团队和网站的未来“钱”途。于是，许多世界著名团队投资机构开始向阿里巴巴进行投资，很短时间内，就筹集到了上百万的启动资金。

1994年，王维嘉在美国硅谷创建了美通公司，他将公司定位在向个人提供移动信息服务上。资本是创办和发展高技术企业的关键，王维嘉为了融资，对风险投资家及其运作模式做了深入的了解，然后先后4次从多处风险资本家手里融资达3000万美元。

王维嘉的成功融资，源于他在融资过程中的专业化表现、足够的个性上的坚忍性以及他所具有的十足的信心和创业决心，更重要的是这些投资家也看好了他的企业前景。我们在此也可以发现，投资者所看中的并不是短期内所能获得的利益，他们看中的是长期而稳定的收益。

所以只要我们的投资项目具有非常好的市场前景和可以预见的预期收益，就一定能筹集到所需的启动资金。

开源节流

——积累创业资金的有效途径

春秋时代，有一对好朋友张玉和陈美，他们在一起读书。张玉家境较为贫穷，要自己工作来赚取生活费用，而陈美家中富裕，衣食无忧。可是，每到月底交纳束脩的时候，陈美却总是没钱。

一天，陈美接到家中寄来的信说：“因为战乱影响，家里没有多余的钱财供养你，希望你能自力更生。”

陈美看了以后很焦虑，心想：这怎么办？这时候张玉满身是泥地从外面回来，陈美就问他：“你到哪里去了？”张玉回答：“我在屋子旁开垦了一块菜圃，种些蔬菜，除了自己吃，还可以赚些钱。”陈美想了想，就把自己的情形告诉了张玉。

张玉听完后笑着说：“你跟我来。”他们一起走进张玉的房间。张玉指着晒干的米饭说：“这都是你平时剩下的，我把它们晒干后再煮饭吃。此外，课余时间我还教小孩读书，把赚到的钱存到竹筒里，不到必要的时候不拿出来。我又种了些蔬菜，日子过得更宽裕了。”陈美听了十分惭愧，说：“我已经知道了开源节流的道理，谢谢你。”

分 析

越是迫切地需要财富，就越要辛苦努力和勤俭节约，尤其是在创业初期。

依照世界标准的利率来计算，如果每天储蓄1元，88年后就可以得到100万元。

所以说，一个有耐心和毅力、坚持努力和节俭的人，假以时日，他就会获得一笔理想的资金和赚钱的机会。

从洛克菲勒本人的创业经验来看，很重要的一点就是注重节俭。洛克菲勒出生在一个小商人家里，受家庭影响，他很小就已经考虑自己创业致富的问题了，他辛苦打工赚钱，等攒够5美元后，就赶紧买了一本书，这本书告诉他两个字：勤俭。

当他领会了其中的深意之后，就开始更加努力地工作，并且坚持积蓄，经过5年的努力，他攒够了800元的创业资金，开始创业。

1960年，汉托和乔吉娜到美国时身无分文，还在财务困境中挣扎。

1966年他们大学毕业后，开始做记者，他们决定要摆脱窘境，其主要的方法就是尽量地

节省每一分钱，进行储蓄。

他们每月按时去银行存钱，并按照复利来计算自己的储蓄。过了几年，他们把自己的储蓄取了出来，开始投资于基金。尽管他们的储蓄只有1500美元，但是，由于他们投资得当，5年以后，他们就成了百万富翁。

伊索解释遗嘱

——警惕你的个人喜好

有个富人养了三个女儿，彼此各有爱好。一个爱喝酒，一个好打扮，第三个则非常的小气。富人根据法律写下遗嘱，把自己的家产分成相等的三份，并规定每个女儿在把自己所得的财产出售后，要各自给她们的母亲一笔现金。

父亲撒手归西了，这三个女儿急不可耐地跑去看遗嘱。念完遗嘱，大家搞不清楚去世人的遗愿。该如何理解下面的话呢？

“姐妹们应立即将她们所继承的财产脱手，然后每人再付给其母亲一笔现金。”

遗产分成三份，一份是乡下的别墅，计有葡萄棚下的餐桌、银餐具、面盆、水壶和一个存放马尔付齐酒的酒窖，另加侍候吃喝的佣人。一句话，供吃喝的设备齐全。另一份计有一套时髦的用具、城里的房子、考究的家具、梳头姑娘和被阉割的家奴，另加上做针线活的姑娘、珍珠宝贝和贵重的衣物。第三份遗产是一个农场和全套的生产农具、牲口和牧场，还有管理生产和牲畜的仆人。财产分配停当，大家觉得若抽签则会使三姐妹难以得到自己喜爱的东西，于是都同意各自挑一份自己喜好的财产。当时雅典城里的男女老幼都赞成这个决定。

只有伊索一人认为人们恰恰违背了遗嘱的初衷。他说：“如果逝者还活着，雅典全城都将受到他的怒骂。怎么搞的，一个号称以有敏锐洞察力自居的民族，竟错误地把一份遗嘱作了相反的解释。”说完话，伊索主持了家产的分配工作。

他给每个姐妹一份她不喜欢的财产。例如爱打扮的得到了爱喝酒的财产；爱喝酒的则分到了牲畜；爱管家务的分得了梳头姑娘的财产。他认为没有比这种分法更好的办法了。他使三姐妹把财产售出，当手中有了钱，她们就可门当户对地与人联姻；她们拿着的不再是父亲的不动产，就可以把现金支付给自己的母亲。

这就是所立遗嘱的初衷。人们纳闷怎么会有这档子事：一个人的思维竟超过雅典全城的人。

分 析

创造财富、投资理财是一个精密科学的行为，必须考虑到各个方面的因素。

在这个过程中，个人的主观色彩的判断和结论越少越好，尤其要注意到个人喜好对财务的影响，这对于财富活动来讲是一个很大的忌讳。要记住，你的一切行为都是为了更有效地获得财富，这是财富活动的根本目的所在，如果忽略或者背离了这个根本目的而单凭个人的喜好去做商业投资和进行商业运作，将是很危险的事情。

小的例子，比如有的人开书店、做服装生意等，往往喜欢按照个人的兴趣喜好做事情，很难取得良好的营业效果，正确的做法是，在准确定位消费群的基础上充分考虑到市场因素。

智慧的财富大师都有这样的经验和原则，比如李嘉诚的致富秘诀里就有一条：绝不要对某一项业务情有独钟，这样才能在时机成熟时随时售出。道理是相同的。

灵猿受窘

——在自己熟悉的领域创造财富

有一种善于飞腾、跳跃的灵猿，生活在原始大森林里，恰似如鱼得水。

您瞧，它们在这些又粗又直的乔木之间轻盈敏捷地攀援，时而跃上，时而落下，不时还会扯住一根藤蔓，荡到另一棵大树的树杈上去小憩片刻。

它们在大森林内嬉戏玩耍，逍遥自得，神气活现，好不威风，俨然就像这深山老林中的君王一般，谁也奈何它们不得。由于它们的身体十分灵巧，行踪无定，哪怕是像后羿、逢蒙那样的神射手，恐怕也没有办法去瞄准它们。

然而，若是将这群灵猿赶到一片荆棘丛生的灌木林中去生活，那就会变成另外一番景象了。那里尽是生有长刺的柘树、满身棘刺的酸枣、味道酸苦的枳树等。在这些浑身长刺的灌木丛中，灵猿再也不敢轻举妄动了，它们无树可攀，无枝可跳，善于腾跃的本领无法施展，稍有行动，往往就会被繁枝利刺扎得疼痛难忍，真可谓是危机四伏。因此，它们只能小心谨慎地在林间东张西望、左顾右盼，战战兢兢地爬行，全身紧张得直打哆嗦，好不凄惶！

分 析

同样是这群灵猿，为什么在乔木林和灌木丛中的表现竟有天壤之别呢？这并不是由于灵猿的筋骨突然得了什么疾病而变僵硬了，而只是因为它后来所处的环境，使它不能充分施展其攀援腾越的本领所造成的结果啊！

创造财富事业也一样，不要轻易去尝试你一无所知的或者无法施展拳脚的行业，俗话说，“男怕入错行，女怕嫁错郎”。

个人选择事业时一定要谨慎，不能逞一时之强。在自己熟悉的领域和自己有充分把握的行业，对想创造财富的人来说是非常有利的。

香港风险投资公司汇亚集团董事兼常务副总裁王干芝说：“王传福是我见到的少有的非常专注的人，他大学学的是电池，研究生学电池，工作做的还是电池。”可见，王传福对电池以及电池领域是再熟悉不过了，也正因为如此，王传福才取得了成功。

从不名一文的农家子弟到身家亿万的比亚迪事业公司总裁；从26岁的国家级高级工程师、副教授到饮誉全球的“电池大王”；从上马锂电池项目摧垮包括东芝、松下、索尼等巨头在内的电池业“日本军团”，到选择香港H股上市乃至力排重议入主秦川汽车实现“电动汽车之梦”，王传福在自己熟悉的领域可谓是大展拳脚，表现了“舍我其谁”的独到眼光和执著精神。

在镍镉电池领域站稳脚跟后，不甘寂寞的王传福又开始了镍氢电池的研发，并从1997年开始大批量生产镍氢电池。新项目立竿见影，这一年，比亚迪公司镍氢电池销售量达到1900万块，一举进入世界前7名。

2000年，王传福不顾非议，毅然投入巨资开始了锂电池的研发，很快拥有了自己的核心

技术，并于该年成为摩托罗拉的第一个中国锂电池供应商。2002年，比亚迪高歌猛进，销售收入达到25亿元，利润6.58亿元。王传福则晋身当年《福布斯》中国大陆富豪榜41位，其苦心孤诣构建的“电池王国”初具雏形。

狐狸的抱怨

——计划的重要性

一只小狐狸对一只老狐狸抱怨说：“真是糟糕透了！我想得好好的计划，不知道为什么，几乎总是不成功。”

老狐狸问：“那你告诉我，你是在什么时候制订你的计划的？”

小狐狸说：“都是肚子饿了的时候呗。”

老狐狸笑了：“对啦，问题就在这里！饥饿和周密考虑从来走不到一块。你以后制订计划，一定要趁肚子饱饱的时候，这样就会有好的结果了。”

分 析

财富不是召之即来的，是有计划的日积月累，像小狐狸那样临渴掘井最不可取。

有很多人不愿投入时间和精力来制订一个计划，这就是为什么大家都知道设订目标的重要性，却不一定都成功的原因，因为大部分的人忽略了计划的重要性。

所以，我们要为自己的财富积累确立一个目标并为这个目标制订一个可行性计划。

如果我们能长期地遵循一个计划的话，几乎每个人都会有很大的收获，因为有了计划并且严格执行计划，我们就会有意识地减少自己的消费负债，并把一小笔、一小笔的钱定期地投资到一个绩效最好的投资项目上。

不要只用设定目标来安慰自己，一旦定下明确的目标，有了合理的期限，也分割成了长期、中期、短期的目标后，就要寻求一套如何实现这个目标的计划。

你所制订的计划是你行动的方案，一旦计划制订下来，就要严格地加以执行，要通过执行计划来激励自己，只有在执行计划的过程中，你才能一步一步地接近你所设定的目标，最终实现目标。

投资第一人林奇在进行投资理财时，就是非常有计划的，每次他都要先做大量细致的分析工作，寻找那些未来预期收益很高的公司的股票，然后开始制订自己的投资计划，决定什么时候买进、买多少、在什么情况下卖出，并严格地加以执行，所以他成功了。

染丝的联想

——近朱者赤，近墨者黑

墨子在经过一家染坊时，看见工匠们将雪白的丝织品分别放进热气腾腾的染缸里，浸泡

良久后取出，晾晒后就变成不同颜色的织物了。

墨子观察了染丝的全过程后，顿有所悟，不觉长叹一声，自言自语地说："本来都是雪白的丝织品，而今放到青色颜料的染缸里浸泡后就变成了青色，放到黄色颜料的染缸里浸泡后就变成了黄色。所用的颜料不同，染出来的颜色也随之不同。如果我们将白丝先后放到5种不同颜色的染缸里各染一遍，它就会改变5次颜色了。如此看来，染丝的时候，人们就不能不谨慎从事啊。"

接着，墨子又从染丝的原理引申开去，进一步产生联想，从而深深地感到，其实在人世间，不仅是染丝与染缸的颜料有关，即使是一个人、一个国家，不也存在着一个会染上什么颜色的问题吗?

分 析

同染丝的道理一样，我们往往能够通过一个人所交往的人和他所处的环境，就可以大致判断出他的生活习性和思维方式。

所以，如果我们要创造自己的财富，就要善于选择自己理财方面的良师益友，就必须多跟理财成功的人打交道，要知道，他的语言、行为、思维方式等都会对你产生重大有益的影响；要经商的话，就要和优秀的成功商人在一起，这样就会从他们的言行中学到经商之道、决策之窍，会得到打开宝藏大门的钥匙，更重要的是会得到一些可能令你转变命运的商机。

曾宪梓就很注意跟生意业界的人士做朋友，他从中得到的不仅仅是知识和经验上的财富，还获得了很多很好的信息和商机。

同时，他在创业的过程中还召集了非常优秀的人才，他们也给他带来了巨大的财富。

美国著名的财商教育家罗伯特·清崎多次强调和理财成功的富人做朋友的重要性，他认为：一个人和什么人交往可以决定他会成为什么样的人，你交往的人影响你的命运和你积累财富的方式。要想办法进入财富成功人士的系统，同这些人的交往会改变你的习惯，思考问题的角度、方法和你的观念，同时你也会从他们身上学到许多经验和教训，不断地完善自己的投资理念。甚至，别人也会通过判断你周围的人来判断你的人格，以此来决定是否值得和你合作。如果你的朋友是高尚重信义的人，别人会因对你朋友的信赖而愿意和你合作，投资于你的企业和项目。反之，如果你与一些令人不齿的人交往，别人便很难认同你本人，更谈不上帮助你积累财富了。

碰运气的工匠

——投资要有科学合理性

从前有个工匠，以打制金属装饰品为业。这只是一门很普通的手艺活儿，挣的钱不多。工匠天天在想:怎样才能靠自己的这点本事赚钱养活家人，还可以很快发财呢?

有一天，工匠出门去办事，正赶上皇帝出巡，工匠便和其他人一起站在路边迎候。皇帝出来郊游，忽然觉得头上什么东西不对劲，伸手一摸：头上戴的平天冠坏了。现在离宫又这么远，回去也来不及，他只得叫贴身的侍臣问一下附近的百姓有没有会修补平天冠的。听了侍臣的问话，工匠马上从人群里钻出来，恭恭敬敬地说："小人会修。"工匠三下两下就把

平天冠给修好了。皇帝非常高兴，马上叫左右赏赐给工匠十分丰厚的财物。

工匠回家的路上要经过一座山，在山里他遇到一只老虎，吓得他转身就逃。可他听到老虎的叫声中充满了痛苦，就大着胆子仔细去瞧了一瞧，只见老虎眼里都是泪水，伸出爪子给工匠看，原来虎爪上扎了一根大竹刺，鲜血直流。工匠就取出随身携带的工具干起来，不一会儿，就把竹刺给拔出来了。老虎用嘴扯了扯工匠的衣角，示意他不要走开，就跑了。不一会儿，老虎回来了，它衔来一头鹿放在工匠面前，好像是要作为给他的酬谢。工匠高兴地收下了。

回到家里，工匠赶紧叫来妻子说："我们要发财了，我有两个技术，可以马上致富。"说完他将大门上那块"打制金属装饰品"的牌子取下，换上一块"专修平天冠兼拔虎刺"的牌子挂了上去。

分 析

皇帝只有一个，况且他的平天冠能坏几次呢？给老虎拔刺更是偶然中的偶然，这种碰运气的事，一辈子大概也只能遇到一回。

怎么能把这作为谋生的手段呢？如果我们都这样凭侥幸行事，是不可能成功的。

寓言中的工匠因为两次偶然的财富机遇，就盲目地将自己的市场定位转向，显然是错误的决策。

投资是一种技能游戏，投资者对投资的动机、方法、市场和规则都应该有清醒的认识、明确的把握。在投资之初，他们会了解公司、股票、共同基金、债券或是不动产的财务报表会给自己的私人财务报表带来什么样的影响；他们要知道这笔投资能不能使他们得到自己想要的；他们还会通过分析，知道自己是否有能力进行这项投资；他们还会培养自己通过数字能推测出结果的能力;他们会考虑借钱投资后会发生什么样的事情以及由债务引起的对收支平衡的远期影响。在投资的过程中，他们会运用自己的财务知识、智慧来谨慎地减少意外情况的发生，从而降低投资风险。

号称"珠宝大王"的张某，凭着自己的智慧和勤劳，创建了庞大的珠宝集团。但是就在其事业如日中天的时候，他认为投资于房地产可获得丰厚的利润，于是，在没有仔细分析的情况下，就买入许多地产。随着时间的推移，楼市不升，反而开始下跌，结果他在房地产上的负债达到了14个亿，这也致使他在珠宝行业的资金无法周转，最后不得不申请破产。张某



投资房地产的做法就纯属投机行为。

狡猾的狐狸

——信息是一种财富

有一天，狐狸、狮子和狗在森林里寻找猎物。狐狸在动物王国里一直被视为智慧的象征，所以，狮子就问它："狐狸，你能给我们提供点什么信息，好让我们美美地饱餐一顿呢？"狐狸早就对隔壁的野猪心怀怨恨，它知道最近野猪受伤了，今天看到有狮子在，就说："这两天野猪快不行了，干脆我们去把它结果了算了，我们从野猪的后面进攻，打它个措手不及。"于是，它们三个很顺利地结果了野猪的性命，美美地饱餐了一顿。

狗看到在狐狸的建议下，没有费多大力气就获得了丰硕的战果，十分佩服狐狸，从此，对狐狸的话言听计从。

过了几天，狗抓到了一只野兔，狐狸看见后大惊小怪地说："你抓这东西干什么？兔肉有毒，吃了会丢掉你的小命的！"

狗一听连忙把野兔放下了。可是狐狸却把野兔叼起来就跑，并且边跑边说："我替你将它处理掉，免得它害大伙！"

分 析

在当今的经济竞争中，信息发挥着越来越重要的作用，谁能最先获得信息，谁就有可能获得巨大的财富。

在寓言中，是狐狸的信息才使得狮子和狗饱餐了一顿，要不然，即使是再凶猛的狮子，恐怕也不敢轻易去招惹野猪。也是因为狐狸所提供信息的充分的价值和可行性，使得狗对狐狸产生信息上的依赖，不管是什么样的信息，一律言听计从，以致上当受骗。

掌握信息就掌握了财富，这就是这个时代的特点。

索罗斯是一个非常精明的投资者，在当年的亚洲金融危机中，他的金融操作实质就是对现有的经济信息进行分析后，进行投资活动。在这场投资中，他充分利用了人们对有关信息的缺乏，从而大肆牟利。

捕捉信息并不是一件神秘的事情，有一次，我国的一位高级领导人在一次讲话中曾以指甲钳业为例，要求国家轻工企业努力提高产品质量，开发新产品。就是这么一个在一般人眼中毫不起眼的信息却被一个敏锐的小商人捕捉到了，他就是后来投资创办"圣雅伦"的梁伯强。他发现了市场，并敏锐地嗅到了其中的商机。他从质量和价格两方面入手，精心打造了"圣雅伦"这个属于中国人自己的品牌，在进入市场后销量就一举超过了韩国同类产品。

但是，对获得的信息如果不加分析地加以利用的话，同样会遭到重大的损失，就像寓言中的狗一样，对狐狸的话不加判断，以致被骗。当年许多投资者之所以失利于"银广夏"，就是因为受到了"银广夏"虚假信息的误导。

由此可见，明辩信息的真假非常重要，即使非常精明的人也往往反应过敏，以至于决策失误，造成严重后果，所以，处理信息要特别注意到信息的真假性、时效性、片面性，切忌反应迟钝、草率或者起哄。

美国福特公司曾经闹过这样一个笑话，公司得到情报说市场上需要一种大型华丽的汽车，“驾驶室”要造型奇特，招人喜爱，于是公司很快推出了这样的产品，结果销售情况非常糟糕，这个“情报”事实上完全是人臆造出来的。

小吏烹鱼

——要善于识破看似合理的谎言

某一天，有人把一条鲜活的大鱼送到郑国子产的府上，以表达对这位卿相的恭敬。子产叫一个小吏把鱼放到池塘里养起来，可是小吏却把鱼悄悄拿回去煮着吃了。

事后，小吏报告子产说：“我已经把那条鱼放到池塘里去了。您猜怎么着，那鱼刚一入水，呆头呆脑，稳不住身子。我当它是活不过来了。可是没过多久，鱼就缓过气来，甩了甩尾巴，一头钻进深水中，不见了踪影。”子产高兴地说：“好！好！这正是我们常说的‘如鱼得水’，它找到合适的去处了。”

小吏见谎话没有被识破，很是得意，出来后还自言自语地说：“都说子产很聪明，我看有点言过其实。鱼已经被我煮着吃了，他还以为正在池塘里欢着，嘴上不住地说什么‘找到合适的去处了’。难道这合适的去处竟然是我的肚肠吗？哈哈哈……真有意思。”

分 析

寓言中，小吏的谎言听起来似乎很合情理，所以子产才被小吏蒙骗。好在只是一条鱼而已，即便是受骗了，也无关紧要。

但是在财富创造过程中，善于识破看似合理的谎言，是财富创造的关键。

俗话说，商场如战场，既然是战场，当然就有利用信息蒙骗对手的可能，全面准确的信息是决战商场的有力武器，对信息进行严格理性的分析则是商战获胜的重要前提，如果误把对手抛出的信息看作有效信息加以采纳，就等于完全中了对方的圈套。

20世纪90年代，美国两大笔业——占领高档市场的派克和占领低档市场的克罗斯展开了一场激烈的竞争，它们各自在商业情报间谍工作上下了很大工夫，其中著名的就是克罗斯乘派克新任总裁彼特森上任不熟悉市场的机会，使了一个反间计。他们通过咨询公司向派克公司建议开发低档市场，然后克罗斯公司装作知道消息后惊慌失措，紧急开会，并和派克公司谈判，提出井水不犯河水，制造了一种假象使派克坚定了执行错误决策的信念。而当派克将精力大量投入低档市场时，克罗斯便乘机扑向空虚的高档市场。事实上，派克开发低档市场是一个非常错误的决策，但是派克之所以中计，是因为一切都看起来很合理。

笃信上帝的修士

——看到机遇，抓住机遇

从前，一位笃信上帝的修士在走路时不小心跌入了水流湍急的河里。但他并不着急，因为他相信上帝一定会救他的。

这时正好有个看起来很健壮的人从岸边经过，这位修士想上帝会救他的，于是没喊救命。那个人没有看见他，走过去了。

当激流把他冲到河中心时，他发现前面有一根浮木，但他想上帝会救他的，于是照样在水中扑腾，没有去抓那根浮木。他一会儿浮一会儿沉，没多久就被淹死了。

修士死后，他的灵魂愤愤不平地质问上帝："我是一位如此虔诚的修士，我那么信任你，你为什么不救我呢？"上帝回答："我还奇怪呢，我给了你两次机会，为什么你都没有抓住？"

分 析

优秀的人善于寻找并抓住机会、把握机会，并让机会成为服务于他的奴仆。

市场的变化是难以预测的，机会的出现和消失都非常快，所以企业要迅速抓住市场机会，并快速制定相应的战略以便有效地利用机会。

许多想致富的人也许会说，机遇是可遇不可求的，当我们这样想的时候，我们应反问一下自己：事实是这样吗？问题的关键是，要抓住眼前的机会，不要让它白白地流失掉。

苹果公司的创始人斯蒂夫·乔伯斯和斯蒂夫·华兹在感觉到台式个人计算机必将成为计算机未来的走向时，他们就觉得这是千载难逢的机会，于是先向他们的雇主惠普公司提出开发建议，但是惠普公司的管理层却认为台式计算机根本不是一个商机。于是，乔伯斯和华兹不得不想别的办法来筹集资金，自己开发。经过一番努力后，这个被许多风险投资家所否决的项目，终于得到了研发投资，开创了计算机世界的新时代。斯蒂夫·乔伯斯和斯蒂夫·华兹也因此而成了百万富翁。

1993年美国派乐公司惊奇地发现，巴以和谈时，以色列总理拉宾在和解协议上签字时所用的笔就是派乐笔。于是，这家公司抓住机会，开始大做文章：在全美各大报纸打出广告，广告图片清晰显示拉宾用派乐笔签署协议，还设计了"战争与和平只差一线，而此线由派乐笔所划"的广告标题。

此举引起了全美的轰动，美联社为此还发了专电：《和平之路一挥而就，广告灵感瞬时启动》。"派乐"笔一时间家喻户晓，大受青睐。派乐公司着实发了一笔大财。

所以，一定要注意那些看似没有潜力或潜力很低的机会，因为这可能就是一个很好的商机，在注意到机会后，就一定要抓住，而且有一次就足够了。

扫阳光

——掌握财富知识有助于获取更多财富

有兄弟二人，年龄不过四五岁，由于卧室的窗户整天都关着，他们认为屋内太阴暗，看见外面灿烂的阳光，觉得非常好。

兄弟俩就商量说："我们可以一起把外面的阳光扫一点进来。"于是，兄弟两人拿着扫帚和畚箕，到阳台上去扫阳光。

等到他们把畚箕搬到房间里的时候，里面的阳光就没有了。

这样一而再再而三地扫了许多次，屋内还是一点阳光都没有。

正在厨房忙碌的妈妈看见他们奇怪的举动，问道："你们在做什么？"

他们回答说："房间太暗了，我们要扫点阳光进来。"妈妈笑道："只要把窗户打开，阳光自然会进来，何必去扫呢？"

分 析

在经济高度发达的当今时代，没有人能同时成为几个领域的专家，我们的周围有许多顾问、参谋，他们可以为我们出谋划策。

但是，我们自己的投资思路和思维方式却决定着顾问们给我们提什么样的建议，如果我们对财务和法律没有一个深刻的理解，那么我们的这些顾问和参谋就不会给我们提供更高效的投资策略。

他们只会建议我们投资于那些风险比较低，当然收益也比较低的项目。

想让你的顾问给你提供更好的投资计划？那么就先打开自己的窗户，通过学习财务知识，让自己聪明起来。

"把窗户打开，阳光自然会进来"，假如我们有财务知识，我们顾问的积极性就会被调动起来，他们会给我们提供一些看起来风险似乎很高，但实际上通过仔细精心的分析，却能降低风险、获得丰厚收益的投资策略和投资项目。

"股神"巴菲特之所以凭借投资建立如此庞大的财富帝国，一个很重要的原因就是他自己就是一个对财务非常精通的人，加上他所雇用的都是财务界的精英，因此他们在一起时，就能看到一般人看不到的商机，能够避开在平常人看来是无法规避的风险。

猴子捞皮球

——借鉴别人的经验

淘气的小猴子捡到一只皮球，觉得很好玩，就又蹦又跳地拍皮球，结果皮球蹦到不远处一个小口大肚的罐子里，小猴子在罐子旁边转来转去，可怎么也拿不出来。

这时候天空飞过来一群乌鸦，呱呱的叫声让猴子想起了"乌鸦喝水"的故事，乌鸦够不

着瓶子里的水，就不断地往瓶子里投石头，使水涨起来，我为什么不往罐子里灌点水让皮球漂起来呢？

猴子看到不远处有一盆水，就把盆子里的水倒进罐子里，皮球就浮到了罐子口上，猴子拿到了皮球。

分 析

猴子在遇到困难时尚且知道借鉴乌鸦的经验，并且收到了良好的效果，我们不妨也借鉴一下别人的经验，看看相似的行业成功人士是怎么做的，这未尝不是一个好办法。

不管黑猫白猫，抓住老鼠就是好猫。只要能赚到钱，即使是完全雷同的操作方式也没有关系。

日本人就很善于借鉴和模仿，东意集团的王岛度太就是这样做的，他借鉴和模仿的对象是成功的企业家小林一三，而且他什么事情都是彻底的模仿，同时还能够抓住重点。

结果他的事业规模竟然超过了小林。

中国有一些实行模仿战略的企业做得也不错：TCL集团董事长兼总裁李东生曾从三星电子的全球化战略中汲取信心；联想模仿戴尔的直销模式；以夏新为代表的一批电子企业，更是步伐坚定地模仿亚洲“双Ｓ”（索尼和三星）；当当模仿亚马逊；东方家园则几乎完全克隆美国Home Depot。

借鉴别人的经验有时候甚至表现为一个灵感。不同的行业也可以借鉴对方的做法，比如丰田汽车为了提高生产效率而创造出一个有名的招牌策略，后来有人引人其他行业，被证明也是成功的。

不过，成功人士还总结了一招，就是如果大家在一个行业都千篇一律地完全模仿的时候，你可以考虑反其道而行，你的一点点的与众不同就可能给你带来可观的财富。

牡蛎和老鼠

——抢占先机，掘第一桶金

渔夫一整天也没有休息。在黎明的微光中，他已经站在没膝的海水中，把捕捉到的海鲜熟练地扔进大篓子里。

夜色降临，在离大海不远的渔夫家里，一只牡蛎遇到了几条鱼。它们被扔在地上，喘着粗气，脸色十分难看。

“哎，我真害怕，在这儿我们都得死，真没有办法呀！”牡蛎从来没有这样绝望过，它望着同伴们低声地说。

这时，一只老鼠从这儿经过。这只老鼠对自己的健康十分得意。

牡蛎准备利用这从天而降的惟一机会。

“老鼠，请您听着。您的心肠这么好，肯定能把我带到海边去吧？”

老鼠看了牡蛎一眼。它可不是傻瓜，不能不想到，这个牡蛎又漂亮又肥大，一定有许多可口的、富有营养的精肉。

“马上就行动！”老鼠回答，它已经决定要吃掉牡蛎，“不过，为了把你带到海边，你



得把壳张开一点。你的壳紧闭着，我怎么带你走呀！”

“哦，听你的！”牡蛎同意了。但是，它十分警惕地半张半开，因为，牡蛎也不是傻瓜。

老鼠立刻伸过嘴巴就咬。尽管它的行动迅速，但牡蛎事先就预料到了这一步，一下子就夹住了老鼠的脑袋。

老鼠疼得吱吱叫。这叫声传到猫的耳朵里，猫立刻跑过来，捉住了老鼠。

分 析

牡蛎找老鼠帮忙本来就很危险，但是好在它并不傻，它还留了一手，只把壳张开了一半。牡蛎赢就赢在了它知道审时度势，抢占先机。

许多创业者都想在激烈的市场竞争中赢得第一桶金，这就要求创业者不但要有敏锐的眼光，还要有抢占先机的能力。

1992年，吴江涛怀揣2000美元去非洲大陆闯世界，发现非洲的某些国家和地区并非人们想象的那样落后，在商业上大有可为。

他根据自己的发现，决定抢占先机，做津巴布韦和中国之间的双向贸易。他把中国的商品贩运到津巴布韦，把津巴布韦的石雕等艺术品贩运到中国，他赚得了宝贵的第一桶金，几年间就成为津巴布韦最成功的商人。

在抢占先机方面，海尔做得也比较好。在国内竞争完全地转向国际竞争之前，海尔就开始在欧洲和美国跟外国企业竞争，在国际市场上学习了外国的先进营销理论和经验，学会了如何竞争，当市场竞争全球化时，海尔已经赢得了国际市场。

不积跬步，无以至千里

——从小的投资开始

大海里有两条小鱼，一条金鱼，一条梭鱼，它们都想到大海中最神秘的漩涡中去，一睹大海的奥秘，但是，听其他鱼说漩涡太遥远了，需要花很长时间才能到达。

梭鱼对金鱼说：“我们动身出发吧，只要我们坚持不懈，一定会到达那里的。”“你说



什么？”金鱼吃惊地说道，“我们还是先好好地学游泳吧，要不然没等我们到达那里，就会筋疲力尽，因为那里太远了啊！”梭鱼笑了笑说：“我们都是大海的子民，还用学游泳吗？快动身吧，我们一步一步地游，总会到达那里的。”

“那你还是自己去吧，我看学好游泳才是当前最重要的。”金鱼说。

梭鱼不再说什么了，自己向大海深处游去。

一年以后，梭鱼回来了，它看到金鱼仍在那里游来游去，就问：“你怎么还在这里？”金鱼看到梭鱼，非常惊讶，它就问梭鱼：“你到达漩涡了吗？那可是十分遥远的地方啊！”

梭鱼自豪地笑了：“再远的地方，一步一步地走，总是能到达的，不积跬步，无以至千里啊。”

分 析

做任何事情，只要有耐心和毅力，一步一步去做，持之以恒，总会实现自己的目标。

财富积累也是如此，要从小的积累和小的投资开始，充分利用时间和复利的力量，假以时日，当初的小额投资将会给自己带来惊人的财富的。

道理虽然简单明了，但大多数人却懒于行动。生活中有许多人像寓言中的金鱼一样，总是不厌其烦地学习投资理论和方法，而不去进行哪怕是微小的投资。

掌握基本的理论和方法是无可厚非的，但是如果你已经具备了必要的基础知识，却不去实践，就会像寓言中的金鱼无法一睹大海的奥秘一样，是注定无法领略到投资的结果所带来的乐趣和回报的。

1923年，年轻的迪斯尼向叔父借了500美元，成立动画片公司。几乎没有人会想象得到，这个500美元起家的迪斯尼，竟成了全球娱乐业的巨头，它今天已经拥有员工12万名，年销售额达220亿美元，价值达750亿美元。

台湾著名的投资理财专家黄培源先生曾做过这样的计算：如果把一个25岁的年轻人每年定期存1.4万元并连续如此40年所积累的钱，投资于投资报酬率为20%的投资项目上，那么40年后，他就能获得1.0281亿的收益。感到奇怪吗？但确实如此，时间和复利就是这么神奇。

不要等待，坐下来制订一个计划吧，从小的投资开始，每个月都进行固定的投资，使投资成为自己的习惯。

如果不迈出第一步，就永远无法实现自己致富的梦想。

三个武士守城

——克服思维定式

敌军兵临城下，情势危急，城中的居民们聚在一起，共同商议对抗敌人的办法。大家一致认为城中的武士有着丰富的经验，因此选了三个武士，一个剑客，一个刀客，一个长矛武士，作为他们的首领，领导大家共同抗击敌人，保卫城池。

于是，三个武士坐在一起开始商量退敌之策，刀客首先挺身而出，主张用大刀作为抵御武器，因为大刀既可以防身，又可以作为砍杀敌人的利器。

剑客毅然提议用短剑来抗敌，并认为这是最佳的方法，因为在他看来，只有短剑才是抗敌的最佳武器。

长矛武士站起来说：“先生们，我不同意你们的意见。我认为作为抵御武器，没有一样东西比长矛更好。”

三人各执己见，相持不下，但敌人的炮火却已经攻开了城门。

分 析

在思考问题和采取行动的时候，人们总是从自己的习惯出发，受思维定式的影响，慢慢地成了习惯的奴隶。这在某些情况下是非常可怕的。习惯对于一个人的影响，有时远远超过了我们的想象。

生活中，我们的理财行为也往往受到习惯的影响，而不是理性地分析客观事实。例如，虽然我们明白只有先把收入用于投资，才能改善自己的财务状况，但往往囿于自己的习惯，我们在得到收入之后，就去进行支出，把收入先用于消费而不是投资。

不断地变换思维方式，不断在变动的市场中打破习惯的支配，才可能在财富创造中有意外的收获，才能在变化不定的投资市场中不断地发现机遇，才能成为财富的发现者和拥有者。

台湾省的东部有一个人以低价买了一块不毛之地，然后把其中的2/3无偿捐献给了政府。他的惟一要求是在这块地上建设一所大学，当地政府同意了。两年后，这里真的建起了一所高等学院。这个人就在剩下的自己的土地上修建了学生公寓、饭店、商场以及娱乐场所。这个人仅用3年时间就把投资的那些钱赚了回来。如今，这块地还在为这个具有逆向思维的人创造着财富。

不龟手之药

——敏锐的投资判断力

宋国有个人善于炮制防止冻裂的不龟手之药，他的家族靠着这个祖传秘方，世世代代以漂洗丝絮为业，始终勤勤恳恳，披星戴月，但由于收入菲薄，生活总是很贫困。

有位远道而来的客人，听说有不龟手之药的秘方，愿以百金求购。这可是个大数目！不

龟手之药的主人动心了。但想到祖传的秘方要卖出去，也是件大事，于是集合全家族的成员共商转让之事。大家七嘴八舌一番议论，最后总算统一了思想：祖祖辈辈以漂洗丝絮为生，收入太少，今天一旦出售药方，可以获取大笔金钱，何乐而不为？于是全体成员一致同意把药方卖出去。

客人得到秘方以后，立即奔赴吴国，对吴王说，今后将士在寒冬打仗，再也不用为冻手犯难了。不久，越国大军压境，吴国告急，吴王委任此人统帅大军。此时正值严冬，吴越两军又是进行水战。由于吴军将士涂抹了不龟手之药，战斗力特别旺盛，因而大胜越军。班师回朝后，吴王大喜过望，颁诏犒赏三军，同时将献药之人视为有特殊贡献的统帅，割地封赏嘉奖他。

分 析

同样是不龟手之药，宋国人世世代代用来漂洗丝絮，结果始终贫困交加；而这个远道而来的客人，因为他有关于吴国将冬季作战的信息和敏锐的判断力，这个不龟手之药就让他发了大财；而吴国用来作战，则可以战胜敌国。

由此可见，同样一个事物，由于使用方法和对象不同，其结果和收效也会大不一样。

有些东西，因为它的常见和人们对待它的习惯性态度，人们很难判断它能不能赚钱，但是对于一个有敏锐观察力和判断力的人来讲，他当然会拥有比别人更多的发财机会。

1981年，英国王子查尔斯和戴安娜要在伦敦举行耗资10亿英镑、轰动世界的婚礼。消息传开后，很多人都意识到这是一个发财的机会，其中一位老板想：盛典举行的时候，几百万人观看，肯定大家都想看清楚盛典的情况和王妃的真实面目，距离远的人会因为看不清楚而遗憾，人们需要望远镜。于是他赶着生产了几十万副望远镜，被抢购一空。

香港的“出租车大王”李超凡，在1996年金融风暴来临之前错误地判断了市场的走向，误以为出租车的价格将大大上升，于是大量购进。但当风暴来临后，出租车的价格开始下滑，由于他几乎把全部的资产都投入到出租车上，最终导致负债比重严重增加，损失惨重，无法抵挡金融风暴的冲击，只好变卖豪宅，遣散员工，申请破产。现在看来，资产随着市场的变化有可能变成负债，所以投资一定要非常谨慎。

和李超凡一样缺乏市场判断力的还有埃克森公司。埃克森公司只看到办公用品系统的巨大利润回报，却没有看到作为石油公司投身其中的巨大风险，结果埃克森经营的一系列用以进攻办公用品市场的品牌，如Qwip、Qwyx、Zilog、Vydec、Daystar、Dialog和Delphi等，都遭到惨败，公司因此损失几十亿美元。

司原氏打猎

——培养独立的判断力

有一个叫司原氏的人，有一次夜间打猎时发现了一头鹿。这头鹿听到野地里传来声音后突然警觉起来，当它看到司原氏正拉弓搭箭瞄准自己的时候，撒腿就朝东面方向跑了。司原氏并不气馁，因为他知道在黑暗中鹿跑不快，于是在后面紧紧追赶，并且一边追赶一边大声地喊叫，想用这个办法把鹿吓懵。

正在这时，西面来了一伙追赶猪的人。他们听到司原氏的喊声，以为是东面有人在堵截这头猪，于是就跟着喊叫起来。司原氏不知那伙人在喊叫什么。他看到那边喊叫的人很多，心想必定也是在追赶什么更好的猎物，于是他放弃了自己追赶的鹿，朝众人喊叫的方向跑去，并且在半路上找了个地方隐蔽起来。那伙人叫着喊着从司原氏隐蔽的地方跑过去了。

过了一会儿，司原氏竟然发现离自己不远的地方有一头浑身白色、肥肥胖胖的笨兽。他十分兴奋，以为自己得到了一头吉祥的珍贵动物。司原氏扑上前去把它捉住，然后带着这吉祥的野兽回了家。

司原氏精心喂养这头珍贵的兽。这头兽也十分亲近司原氏。它一见到司原氏便摇头摆尾，朝司原氏发出可爱的“哼哼”声，因此司原氏越发喜爱它了。

没过几天，刮起了狂风，下起了暴雨。暴雨淋在这头白兽身上，将附着在它身上的白色泥土全都冲刷掉了。司原氏仔细一看，发现它原来竟是自己家里丢失的老公猪，而今却被他当作宝贝带回了家里。

分 析

大凡遇事不动脑筋，人云亦云、随声附和的人，追求到的往往不是真理。

同样，在创造财富的过程中，准确的市场判断和社会资源的积累是缺一不可的，而市场头脑是不可仿效的，跟风者不但很难做到第一，而且很可能丧失本来属于自己的财富机遇。

刘志强、翟美卿夫妇俩在带领香江集团扩张过程中所表现出来的对市场的准确判断能力和笼络社会资源的能力被人们颇为称道。

最初做家具市场，他们运用仓储式连锁经营的模式，将金海马发展成目前国内最大的家居产品代理商和经销商。

2000年香江集团开始涉足房地产领域，采取高起点、高投入的竞争策略，定位高档住宅产业，先与专业房地产公司合作开发广州星河湾项目，积累经验后自行开发番禺锦绣香江等项目，一举成为华南地区知名的地产开发商。

随后，香江集团凭借其在家居流通和房地产领域积累的丰富经验和雄厚的资金与社会资源，切入商贸领域，几年里，在多个交通枢纽重地兴建了近10个以商贸批发为主的大型市场，成为全国最大的商贸批发网络和物流中心平台之一。

到2002年，香江集团已横跨家居、房地产和金融三大行业。2004年还成立了一家投资公司、一家担保公司和一家期货公司。

富商的儿子

——让货币增值

富商有两个儿子，当富商快要离开这个世界的时候，他把所有的家产都平均分给了兄弟俩，有房产，还有地产。

但是两个儿子都很喜欢金钱，所以他们就把所有的财产都换成了金币。当然，这些金币的数量也是相同的。

大儿子比较保守，是个典型的守财奴，为人非常吝啬。他从不想失去每一次发财的机

会，可是他又非常害怕损失自己的金钱。所以在把财产换成金币之后，他就在自己家的后院里挖了个深坑，把换回来的金币藏了起来，并经常去查看金币有没有减少。

小儿子则不然，他非常喜欢做药材生意，于是就用其中的一部分金币到处收购药材，然后到药材奇缺的地方卖。

一年以后，他手中的金币已经是当初的好几倍了。这时小儿子发现，父亲当初把所有的钱都换成地产和房产是对的，只有这样才能使自己手中的财富保值、增值。于是他就去把原来卖出去的房产和地产又买了回来。

当老大听说这个消息后，十分不解。于是，他就去问弟弟，这样做，他自己还有钱吗？弟弟没有和他说什么，只是把哥哥带到了自己的密室里。

老大一看，顿时惊呆了。只见满屋子都是金币，比自己那点多多了。他十分纳闷，难道说弟弟的金币会生金币不成？

分 析

为了交换的方便，人类选择了货币作为等价物。慢慢地随着时间的推移和习惯的作用，人们开始把货币作为财富的象征。

事实上，货币的真正价值在于交换和使用，而不在于拥有。持有货币而不去投资就像一条没有源头的河一样，无论现在的水量多么大，由于没有活水的注入，是注定要干枯的。

所以要善待我们手中的货币，用它去购进资产，而不是留在手中待购物品或去投资于负债。只有不断地进行投资，购进资产，才能开发出你财富的现金流。

麦当劳的创始人雷·克罗克有一次告诉一些学管理的学生，他自己的真正生意是房地产。

在场的学生们都感到很吃惊，因为他们以为克罗克是做汉堡包的。克罗克告诉他们，实际上，他在做汉堡包的同时购进世界各地大量的黄金地段，正是这些地产使他成为世界上最富有的人之一，因为这些黄金地段就是在不断增值的资产。

所以，只有用手中的货币投资于资产，打开自己现金流的蓄水池，才能成就自己的财富梦想。

屠龙之技

——关注市场

从前有一个叫朱平漫的人，他一心想学一种独门技术，左思右想，最终决定去学习屠龙的技术。

于是，他到处打听谁会这样的技术。当听到有人说支离益懂得这样的技术时，朱平漫就收拾好行李，到支离益那里去学习屠龙的本领。

为了学习“屠龙之技”，朱平漫整整花了三年时间，并且花光了家里的财产，最终还是把屠龙之术学到了手。

学成之后，朱平漫得意洋洋地回到家乡。可是，世间哪有什么龙可杀呢？

结果，他学的技术一点也用不上，白忙活了一场，可他还沾沾自喜，以为自己拥有别人没有的技术。

分 析

学习本领必须从实际出发，要讲求技术的实用性和有效性，否则再好的技术，也没有用武之地。

正如寓言中的朱平漫，明知道世界上并没有龙这种东西，却非要去学习屠龙的技术，结果只能是耗费光阴，学而无用。

从获取财富的角度来讲，我们要善于了解市场，发现市场，然后根据市场来调整自己的技术和产品，只有如此，才能把“屠龙之技”用到真正的“龙”身上。

做生意也是一样，要考虑到市场的需要、顾客的需求，因为只有顾客才能给你带来财富。

一百多年前，犹太人列维·施特劳丝去旧金山经商，顺便带了帆布作为帐篷出售，但是他的帆布无人问津。在与工人接触的过程中，他了解到工人需要的不是帐篷，而是耐用的衣裤。于是，他灵机一动，把帆布交给裁缝店做了一条裤子交给一位矿工，这就是世界上第一条牛仔裤。

19世纪中叶，在美国加州兴起一股淘金热，有一个叫亚默尔的人也跟着去了，很快他就发现那里的气候干燥，水源很缺，许多人抱怨没有水喝。他脑子一转，做起了水生意，他挖渠引水，把水装在桶里或者壶里卖给找金矿的人，他就这样发了财。

中国有一家制造捕鼠器的企业就犯了类似寓言中提到的错误。他们以为，如果他们能够造出更好的捕鼠器，消费者就会自动找上门来，于是他们反复在产品改进上下工夫，力图制造更好的捕鼠器，而不管消费者是不是需要捕鼠器。

不材之木

——透过现象看本质

一个很有名的木匠带徒弟们寻找适合造船的木材。当走到一座庙宇附近的时候，看见在土地庙旁长着一株参天大树。

这棵树的树阴可以遮盖几千头牛，树身有百尺粗，树干一直越过山头，还有枝叶，光是可以用来造船的旁枝就有十几枝。在庙旁，许多人都在围观这棵巨树。

但令徒弟们感到奇怪的是，师傅竟然视而不见，对这棵巨树不屑一顾，仍不停脚地往前赶路。徒弟们十分疑惑，不明白师傅的意思，就追着师傅问道：“自从我们跟着您走南闯北学手艺以来，还从没有碰见这样好的木材，可您为什么看也不看它呢？”

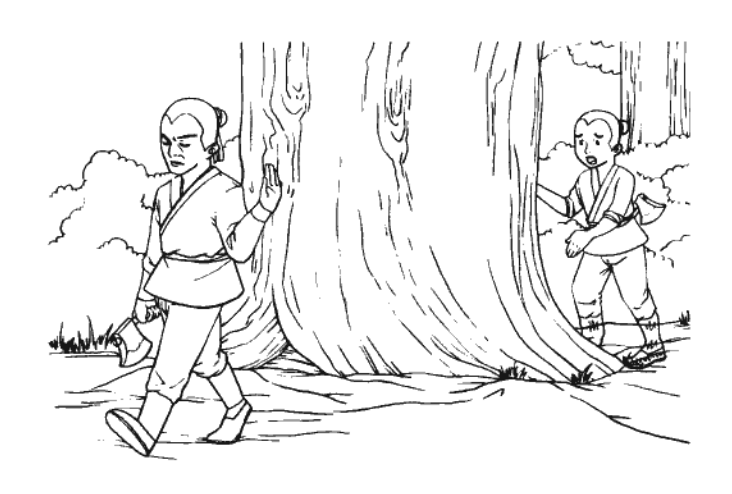
师傅说：“你们不要再夸那棵树了，它是棵脆而不坚的树木，如果用来造船的话，会沉；如果做棺材，会很快腐烂，即使制成柱子也会被虫蛀……”

“可是，它确实是一棵少有的巨树啊！”徒弟们惊叹道。

“是啊！正因为它不能用来做任何东西，所以才长得这么大，有这么长的寿命！”师傅慢慢地说。

分 析

同样是一颗巨树，平庸的人认为它是栋梁之才，有见地的人认为它是不材之木。



做事情的时候，不能被表面现象所迷惑，要透过现象看本质，否则，就会作出错误的判断。

关于如何创造财富，比如为别人打工和自己创业的问题，许多人就像寓言中的徒弟一样，只看到事情的表象，或者认为给别人打工是致富首选，或者认为创业才是发财之路。

他们都缺少了深一层的考虑，都缺少对自身条件、客观条件的正确评估，他们并不是经过深思熟虑才作出选择的。

或许这种不经意的选择也会带给他们财富，但他们并没有完全地发挥自身的优势，并没有把自身的潜能以及对他们有利的客观条件挖掘出来。

其实，不管是打工还是自己创业，或者是先打工再创业，致富者都不乏其人。

在渭南市临渭区，一些打工致富的故事一直鼓舞人心。据了解，在临渭区的打工族里，有70%以上的家庭盖了新房，购置了现代生活用品，过上了小康生活。

打工能致富，已经成为成千上万“陕西娃”的共识。其中还有一个故事说，该区崇宁镇的傅新峰到广东东莞福地彩雪厂打工，赚钱后回乡投资，办起了一家塑料制品厂，固定资产达360多万元。

渔夫和金鱼

——股票的陷阱

一个很有经验渔夫，有一天钓鱼的时候发现了一条非常漂亮的金鱼。他非常想把这条金鱼弄到手，于是就在鱼钩上装上鲜美的鱼饵，抛到了湖里。

过了一会儿，渔杆颤动了，金鱼上钩了。他耐心地等待着，直到渔竿突然坠下去的时候，他猛然收起了钓竿，可是，鱼饵不见了，金鱼也没钓上来。渔夫感觉到自己遇上了对手，就没有继续再钓下去，离开了这里。

渔夫晚上做了一个新鱼钩，第二天他拿着新鱼钩来到了湖边。与上次不同的是，他今天的鱼钩只是一根钢针，没有钩，他装上精美的鱼饵又抛了出去，灵巧的金鱼今天又美餐了几顿。

金鱼每天都来和渔夫玩这样的游戏，渔夫好像没有在意这些，就这样过了几天，直到有一天，金鱼看到渔夫又把鲜美的鱼饵抛了下来时，没有考虑便迫不及待地咬了上去，但它突然感到一阵钻心的疼痛，原来渔夫把钢针换成了原来的鱼钩，而且钩子更加锋利、尖锐。

分 析

寓言中的金鱼就像我们的股民痴迷于股市一样。在经济日益发达的当今时代，股市作为企业融资的一种渠道，已经日益完善。

一方面，通过股市，企业可以筹集到大量资金。另一方面，对于那些期望在股市中使自己财富增值的股民来说，股市给他们提供了投资的机会和场所。

但是，要注意，并不是每个投资于股市的股民都能得到预期的收益。对于理性的投资者而言，他们所关注的与其说是股市可能带来的巨额收益，不如说是股市中潜在的投资陷阱。

事实上，股票是股份有限公司在筹集资本时向出资人发行的股份凭证，它代表股民对股份公司的所有权，包括参加股东大会、投票表决、参与公司的重大决策、收取股息或分享红利等权利。

但是股票一经购买，便不可再退回给股份公司，况且股市上还存在大量诱惑一般股民的炒家、庄股，所以在投资股票的时候，一定要小心谨慎地进行选择，要对投资对象进行周密的分析研究，而不要轻易落入别人的陷阱。

对于理财投资而言，我们要做的首先是尽量避免风险，时刻注意自己的本金;其次是不要投资于自己所不熟悉的企业，我们对一个企业越熟悉，投资风险就越低，收益也就越高。

著名的投资专家巴菲特之所以被股民们称为“股神”，就是因为他英明的投资策略造就了许多股市上的神话。他在投资于任何一支股票之前，都要弄清楚该公司是做什么生意的，在巴菲特看来，只有搞清楚这一点，才能进行投资。

所以，在投资股票的时候，要关注风险、关注公司，而不是着眼于利益，掉进股票的陷阱。

鱼鹰的下场

——注意发现新情况

有一个人有一个鱼塘，每年都靠这个鱼塘赚些钱来养活家人。可是鱼塘附近有好多鱼鹰，常常一群群地来抓鱼吃，赶不好赶，抓又抓不住，养鱼人为此很是发愁。

有一天，鱼鹰又来吃鱼，养鱼人跑过去冲它们挥手，鱼鹰受惊跑了。养鱼人灵机一动，想出个好办法。他扎了一个稻草人，让它伸开两臂，穿着蓑衣，戴着斗笠，还拿了一根竹竿，就像一个养鱼人的样子。养鱼人把稻草人插在鱼塘里吓唬鱼鹰。起初，鱼鹰以为是真人，因此只敢在草人的上空盘旋，一点都不敢接近它。

那几天，鱼鹰果然没再来吃鱼。可是渐渐地，鱼鹰发现鱼塘里的人总一动不动，就起了疑心，不断地大着胆子飞下来看。它们很快就发现这是个假人，又飞下来啄鱼吃。鱼鹰吃了一条条的鱼，肚子吃饱了，就站在草人的斗笠上，边晒太阳边休息，很是悠闲，还不停地发出“假假、假假”的叫声。



养鱼人盯着得意洋洋的鱼鹰，他决定另想一个办法。

趁着鱼鹰不在的时候，养鱼人悄悄把草人从鱼塘里拔出来拿走了，自己披上蓑衣，戴上斗笠，手里拿根竹竿，像草人一样伸开双臂站在鱼塘里面。

过了一会儿，鱼鹰又来了，又放心大胆地下来吃鱼。吃得饱饱的，鱼鹰又飞到养鱼人的斗笠上休息，“假假、假假”地叫唤着。养鱼人趁它不注意，一伸手就抓住了鱼鹰的爪子。鱼鹰使劲地鼓动翅膀，可是怎么也挣不脱。养鱼人笑呵呵地说：“原先是假的，可是这一回是真的啊！”

分 析

事物总是不断发展变化的，如果一成不变地凭老经验办事，不注意发现新情况，就免不了会吃大亏。

我们在投资理财、积累财富的时候，也应该注意到赚钱的环境、条件和规则是否改变了。

当这些事物都已经改变的时候，切记不要再按照原来的规则做事，否则一定会因为忽视游戏规则的变化而使自己的财富白白流失，甚至丧失获得更多财富的机会，丧失机会成本。

海南房地产热的时候，有许多人借此机会发了大财。但是，当海南房地产热接近尾声，经济泡沫开始破灭的时候，却有大量的投资者进入这个规则早已变化的市场，盲目投资，结果致使投资付诸东流，甚至背上了巨额的债务包袱。

另外，市场的需求也是时刻变化的，当需求变化的时候，也正是财富发生转移的时刻，所以，一定要学会把握市场需求的脉搏，要根据市场的需求来制订自己的投资计划。

农夫修笼

——要学会发现问题

一位农夫在笼子里养了几只兔子。

有一天，他发现有一只兔子从笼子里跑出来了。他和妻子一致认为兔子跑出来的原因是

笼子的高度不够。

所以他们决定将笼子由原来的二尺加高到三尺。但是第二天他们发现兔子还是从笼子里跑了出来，所以他们又决定再将笼子加高到五尺。

第三天，令他们大为惊奇的是，兔子居然全跑到外面了。于是夫妻俩大为紧张，决定一不做二不休，索性将笼子加高到八尺。

一天马和几只兔子在闲聊："兔子，你们认为他俩会不会再继续加高你们的笼子？"

"这很难说，"兔子回答说，"如果这对夫妻再继续忘记关笼子门的话！"

分 析

寓言中的农夫和他的妻子，犯了一个致命的错误，那就是他们在解决问题时，没有抓住问题的关键。所以，尽管他们不断增加笼子的高度，兔子依旧跑到了笼子外面。

这样的错误在现实生活中也经常发生。我们时常会遇到急需解决的问题，但在解决问题时，却又往往抓不住问题的核心与关键，匆忙动手，结果适得其反，不仅没有解决问题，反而使自己的境况变得更加糟糕。

之所以造成这样的结果，是因为我们犯了一个心理上的错误，误以为我们的做法会使自己得到满意的结果，不能清醒地发现问题。

不善于发现和研究问题也是投资理财、积累财富的大忌。在积累财富的时候，一定要认识到：问题比结果更重要。

问题总是先于结果而存在的，只有善于发现问题、审视问题，才能更好地作出解答。

19世纪50年代，皮尔·卡丹在设计女装上获得了很大的成功。但随后他就发现了一个问题，虽然他获得了成功，但就所占有的整个市场份额来说，却少得可怜。

这是为什么呢，他通过分析调研，发现了问题的关键，就是还有50%的男装市场和他们一点关系都没有。于是，他就开始考虑进军这个市场。他在挑战传统时装观念的过程中，不断地提出问题，解决问题，最终占领了法国时装市场的半壁江山，开创了属于自己的时装时代。

郑人买履

——关于市场指标

从前，有一个郑国人，想到集市上买双鞋穿。他就先把自己脚的长短量了一下，然后做了一把尺子。

来到集市上，找到一个卖鞋的地方。当他正要买鞋时，却发现尺子给忘在家里了。

他非常着急，就对卖鞋的说："我把用来度量鞋子的尺子放在家里了，待我回去取来尺子，再买你的鞋吧！"说完，就急急忙忙地往家里跑。

等他取来自己做好的尺子时，天色已晚，集市早就歇业了，他也没有买到鞋子。

他的邻居听说这件事后，对他说："你把鞋穿在脚上试一下不就行了吗？为什么非要取那把尺子呢？"这个郑国人回答说："我宁愿相信自己已经量好的尺子，也不愿相信自己的脚。"



分 析

“宁信度不信足也”，寓言中的郑国人犯了严重的教条主义错误，他把一种书面性的指标之类的东西作为自己行为的准则，结果必然是脱离实际，达不到预期的目的。

从投资理财的角度来看，“郑人买履”还有另外一个寓意：当我们选择理财品种和投资项目的时候，切不可把那些表面的指标性的东西作为衡量自己投资品种的惟一准则，并依此进行投资。

投资理财是一种充满风险的活动，市场上所表现和反映出来的指标评价体系只是我们在投资购买理财品种时所参照的一个标准而已，甚至许多时候，这些表面的数字根本反映不了投资市场深层次的资本运动。

如果忽略了这一点，盲目地根据市场上那些数字的跳跃去进行投资，其成功的可能性是很微小的。

“股神”巴菲特在总结投资成功的经验时，就有这么一条：关注自己所要投资的公司，正是这些公司才反映了股市上股价的真实价值。

所以他在选择股票的时候，首先考察的就是那些股票所代表的公司，而不是市面上那些时刻滚动的数字。

我们要根据那些能反映所要投资项目真实状况的东西来进行投资决策，绝不能单靠一些似乎能表明投资项目真实价值的表面数字来决断。

兄弟竞争

——让别人的长处为己用

父亲是个造车的，他有两个儿子，他把自己全部的手艺都传给儿子们。

但是他发现，大儿子车轱辘造得比较好，特别是车轴，手艺是青出于蓝而胜于蓝；小儿子造车身非常有经验和技巧，无论是车身横梁的平衡水准，还是在车身的款式上都比父亲所造的车身更精巧、美观。远方的车店老板都慕名而来，订购儿子们做的车身或者是车轱辘。

时间长了，兄弟两个心里有想法了，哥哥开始笑话弟弟的车轱辘做得不到位，弟弟也开始指责哥哥的车身做得不够精美，兄弟两个开始竞争起来，各自为政。

父亲很快就发现了兄弟俩的不和，他赶紧把他们叫过来，拥抱住他们，说，“我愿你们都好好想想，虽然你们一个轱辘做得好，一个车身做得好，但是那都只是车的一部分啊，你们只有互相帮助，联合起来，各自发挥长处，才能造出最好的车啊。”

分 析

人都是有差异的个体，总有自己擅长和不足的地方。如果能把别人的优势结合起来，取长补短，利用他人的长处来为自己服务，那就能获得事半功倍的效果。

现代社会是一个分工协作的社会，我们必须认识到自己的不足，在投资理财的过程中悉心听取他人的意见，尤其是那些为自己理财的投资顾问，汲取长处，才能实现自己财富积累的目标。

众所周知，比尔·盖茨虽然是一个顶尖级电脑奇才，但是他在理财的具体操作方面却是“技不如人”。

但是这并不妨碍盖茨的财富快速膨胀。盖茨非常善于利用别人的长处，在投资理财方面，他聘请了“金管家”——劳森来为自己打点财富。

在聘请劳森做自己投资经理的同时，他还作出承诺：只要微软股价保持上升，就允许劳森用更多的钱来进行其他投资。

这些承诺调动了劳森的积极性，他除了为盖茨设计了50亿美元的私人投资组合外，还是盖茨捐资成立的两个基金的投资管理人，两个基金的捐赠是以将盖茨名下的微软股份过户给这两个基金的方式来进行的。

而劳森的工作就是将这些股份以最好的价钱售出，并在适当的时候买进债券或其他投资工具来完成这一过程。

经过这位“金管家”的悉心打理，这两个基金的每年捐税竟然超过了名列《财富》500强的后几家公司的净收入。

皮毛相依

——要学会考察企业

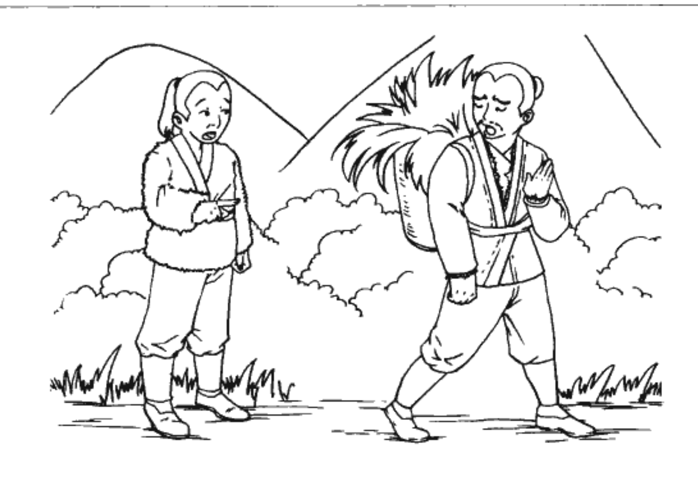
从前，有一个人将羊皮大衣反穿在身上，毛向内，皮却朝外，背上背着一筐喂牲口的草往回走。

过路碰见他的人感到很奇怪，就问他:“你为什么要反穿着羊皮衣，却把皮板露在外面来背东西呢？”

只听这个人回答说：“这件羊皮衣是我最贵重的东西了，我怕把毛露在外面让太阳给晒坏了，尤其是在背东西的时候，怕把毛给磨掉了。”

路人听见他的话，都感觉到很好笑，其中就有一个人非常认真地对他说：“你错了，知道吗？其实皮板要比毛更重要，因为皮板磨破了，毛哪里还有可以依附的地方啊？所以你想‘舍皮保毛’实在是一个错误的想法啊！”

可是，反穿皮衣的人却仍然执迷不悟，依旧反穿着心爱的皮衣。



分 析

许多人总希望能发现一家好的企业，然后进行投资，却苦于无法了解企业是如何创造财富的。

其实，企业的财富之源就是它的系统，即由财务、营销、人力资源等各个部门所组成的一个有机整体。而鉴别一个企业的好坏，就要去看它的系统，考察它的资本运作和人员流动，以及它的财务状况。

可以这样来打个比方，企业系统的这些构成要素就是“皮”，而它在市场上外化的价值就是“毛”。只有细致、认真地考察一个企业系统的内部运作情况，才能最终看清该企业的真正价值。

“皮之不存，毛将焉附”，这是尽人皆知的道理，但在投资时，仍然有相当一部分人被企业的表面现象所蒙蔽，盲目投资，忽略了对企业那些更基础、更根本的东西的考察，其结果可想而知。

麦当劳和肯德基之所以成功，就在于它们拥有差不多是世界上最好的系统。在全球许多国家，我们都可以发现它们的分店，而且它们产品的味道和工艺都是一样的，没有丝毫的差别。

精明的投资者应该关注企业的系统，投资于那些拥有完善系统的企业和公司，并且时刻注意各种不确定的因素对企业系统的作用和影响。

狮子、狐狸与野山羊

——要有良好的人际关系

狮子对森林里几乎所有的动物来说都是一个威胁，即便是腿受伤后无法行走，它还让狐狸帮它抓一些小动物充饥。

因为慑于狮子的淫威，狐狸只好每天骗一只动物到狮子的洞中去，已经有许多小动物被狮子给吃掉了。

这天，狐狸照例去为狮子寻找猎物，它在半山腰碰到了野山羊，狐狸犹豫了，因为野山羊真诚善良，对许多动物都有求必应，有难必帮，所以它与别的动物之间的关系都很好。在

这片森林里，动物们都尊敬它，愿意帮它的忙，狮子也因此让它三分。

狐狸想：狮子我惹不起，欺骗了野山羊我的日子也不好过，况且它还救过我一命呢！我要是欺骗了它，自己的良心也会不安的。

狐狸正在犹豫的时候，野山羊已经走到它面前，并和狐狸打招呼："狐狸，你看起来闷闷不乐的，有什么不好办的事情吗？"狐狸只好把情况如实告诉了野山羊。

野山羊说："我很感激你没把我出卖给狮子，不过你这样继续去欺骗其他动物也不好，不如我们借此机会把狮子干掉，为森林除害。"

于是，它们鼓动其他动物，合力搬了些大石头，把狮子的洞口封了起来，狮子出不来，最后饿死在山洞里了。

分 析

寓言中的野山羊因为它平时的广结善缘，才使狐狸不忍心也不敢欺骗它。换句话说，保持良好的人际关系确实让野山羊受益匪浅。

俗话说：和气生财。良好的人际关系在成功创造财富方面是非常重要的一个因素。

很多场合人们都在讲，要做事先做人，我们都生活在社会中，财富创造更是一种社会行为。一个人离开了与他人的良好沟通与合作，在遇到困难时会显得孤立无助，还会丧失很多宝贵的商机，更无法进行现代意义上的财富创造，所以一定要重视人际关系。它是你拥有商业机遇、信息渠道和业务往来的重要途径。

志高老总李兴浩非常崇尚"财富是美誉度和人脉"的财富逻辑。

李兴浩曾受邀为大学生做了主题为《财富·未来》的演讲，他在会上讲道："财富是由美誉度、人脉、金钱三个重要部分组成，一个人一旦拥有了好的个人形象'美誉度'，同时又有了良好的人际关系'人脉'之后，不想成功都难，自然而然就拥有了以上所说的财富。"

执竿入城

——正确处理动机与效果的关系

有一个鲁国人扛着一根长长的竹竿到城里去卖。可当他走到城门口时便犯愁了，因为他想不出用什么办法将竹竿扛进城去。

如果把竹竿竖起来进城门，竹竿比城门高出一截；把竹竿横起来拿着走，竹竿比城门又宽出一截。他横竖比划了半天，弄得满头大汗，就是进不了城门。

这时，一个老头其儿经过城门，看见那人愁眉苦脸的样子，就走过去对他说："我虽然不是什么圣人，但一生经历的事情比你多。既然是竹竿长、城门小，你为什么不把竹竿从中间截成两段呢？那样不就变成竹竿短、城门大，可以毫不费力地进城了吗？"

拿竹竿的人听了非常高兴，说："太好了。"

于是他找来锯子，将竹竿锯成两段，然后进了城门。

可是，这个卖竹竿的人在城里转了一天，竹竿就是卖不出去。因为他没想到，锯短的竹竿虽然是扛进了城，但是由于无人问津，几乎成了废品。

分 析

盲目听信一些人的瞎指点，使许多好事都办糟了，所以说，做任何事情都要找到正确的方向，解决任何问题，都要想想动机与效果，敏锐的判断力是必不可少的。

如果只为解决问题而解决问题，结果必然是悲剧性的。很少有人天生就拥有明智的判断力，判断力是个人自己培养出来的一种思维方式和习惯。

因此，每个人都可以通过学习和训练来培养好的思维方式。要知道，丰富的信息和敏锐的判断就可以使你减少盲从行为，进行理性的投资。

盲从是投资的大忌，市场上那些好的投资机会是用脑子思考才能发现的，而不是用眼睛就能看到的。由于许多人没有机会接受财务学习和训练，所以没有办法发现机会。而当他们进行投资时，最困难的事情莫过于坚持自己的选择而不盲目从众和轻易听信别人，因为在竞争积累的市场上，群体有时会因为反应迟钝而被宰割。

据说，在全世界IBM管理人员的桌上，都摆着一块金属板，上面写着“Think”（思），这是IBM创始人华特森要求的。

他曾对大家说：“我们大家都缺乏的是仔细地思考每一个问题。要记住，我们是在用自己的知识和智慧赚钱。”正是因为把思考而不是盲从作为每个IBM人的座右铭，IBM公司才能始终在竞争中保持优势，走在同行业的前列。

因此，想要发财、想要致富，就要学习财务知识，培养和训练自己的理智，只有在投资过程中不断地积累投资经验，不盲目从众，时刻记得反省投资的动机与效果，才会真正地把所学的知识变成敏锐的投资感觉，从而发现千载难逢的投资机遇。

雄鸡与鸿雁

——关注员工，是他们在创造财富

从前有个叫田饶的人，跟随鲁哀公做事已经好几年了，鲁哀公却不了解田饶的志向，总是待田饶平平。田饶无法施展自己的才干，他决意离开鲁哀公到别国去。

一天，田饶告诉鲁哀公说：“我打算离开您。”

鲁哀公不明白田饶的意思，问：“你在这里不是很好吗？为什么要走呢？”

田饶说：“大王经常见到雄鸡吧！你看它头上戴着大红的鸡冠，非常文雅；它双脚长有锋利的爪子，十分英武；面对敌人时毫不畏惧，格外勇敢；它看见食物时总是‘咯咯’叫着招呼同伴们一起来享用，特别仁义；它还忠于职守，早起报时从不误事，极其守信。尽管雄鸡有着这么多长处，可是大王还是漫不经心地吩咐把它煮了吃掉。这是什么原因呢？因为雄鸡经常在您身边，您每天见惯了它，习以为常，它的光彩在大王眼里便黯然失色，大王感觉不到它的那些杰出的优点与才能。而那些鸿雁，从千里之外飞来，落在大王的水池边，它啄吃大王池中的鱼鳖；落在大王的田园里，毁坏大王的庄稼。鸿雁尽管没有雄鸡的那些长处，可是大王依然很器重鸿雁。这又是为什么呢？因为鸿雁是从遥远的地方来的，大王对它怀有一种神奇感，它的一切作为，大王都认为是非常伟大的。所以，请大王让我也像鸿雁一样远走高飞吧。”

鲁哀公说：“请你别走，我愿意把你说的这些话都记下来。”



田饶说："您认为我平淡无奇，并不觉得留下我有什么大用，即使留下我的话，也不起什么作用。"最终田饶离开鲁国去了燕国。

燕王让田饶做了相国，田饶终于有机会施展自己治国安邦的本领。3年以后，田饶把燕国治理得井井有条，国内富足安定，边境平安没有盗贼。田饶名声大振，燕王也十分得意。

鲁哀公知道这些情况后，万分感叹，对当年没能留下田饶真是后悔莫及。为此，他一个人独居3个月，深刻反省；又降低自己的衣食标准，以示自责。鲁哀公发自内心地慨叹道："以前由于不能知人善任，才使得田饶离我而去，以至于造成了今天的悔恨。真希望田饶能再回到我身边，可是，我知道已经很难了。"

分 析

创造财富过程中，你的财富系统的良好运行是保证财源不断的重要因素。许多投资创业的人都在自己的企业或公司花费了大量的心血，同时也很希望得到有利于自己财富事业发展的优秀人才，但却往往对自己身边人才的优点视而不见，只是一味好高骛远，崇拜引进的人才。作为一个对自己的财富系统负责的人，应该知道，如果不能妥善处理内部人才问题，则可能对公司或企业造成重大损失。

善于发现身边的人才，知人善任，不要舍近求远，放跑了本来就在手边的人才。

为了在当今市场上争得一席之地，高级经理们已经知道他们必须吸引并留住最好的人才。但是他们的做法却凸现了一个在很多公司中都突出存在的局限性:这些公司的管理系统仅仅专注于如何有效地利用这些资本，而不是员工。在实际工作中，公司的评估机制很少把人力资本考虑在内。如何正确评估员工创造的价值，员工的问题究竟出在哪里、如何解决？这些问题长期困扰着财务部门。

事实上，对员工要像对待花园中的花草树木，需要用精神上的鼓励、职务晋升和优厚的待遇来浇灌他们，适时移植以保证最佳的搭配，必要时还细心除去园内的杂草以利于他们的成长。

农夫和小牛

——投资决策要冷静

农夫家的母牛生下了一头小牛，几个月后，小牛长大了，但却十分调皮，给农夫惹了不少麻烦，虽然农夫惩罚了它几次，小牛仍然劣性不改。

有一天，这头小牛跑到邻人的地里，把地里的庄稼糟蹋得一塌糊涂。这次，农夫气坏了，他想，是给它点厉害瞧瞧的时候了。

于是，他把油浸在麻绳上，绑在小牛的尾巴上，然后点上火。

小牛由于受到了惊吓，四处乱窜，最后竟然跑到了农夫自己的地里，打起滚来，把地里的庄稼引着了，那时正当收获的季节，农夫一边追赶小牛一边痛哭，因为田里什么都收获不到了。

分 析

意气用事导致的不明智的决策必然会带来严重的损失。

在商场上，绝对冷静的、理性的决策尚且存在着大大小小的风险，更何况是在混乱状态下意气用事而作出的决定呢。

希克斯·缪斯向来以判断准确而著称，他手下的泰特公司常常以低价买进现有公司，然后通过各种相关交易从中获取更大利润。

但是在1999年和2000年，这家公司改变了以前的做法，作出了一个很不明智的决策：转向当时炙手可热的电信业公司，向维特尔德等四家公司，注资10亿美元。

在希克斯·缪斯看来，这四家公司的商业模式各有不同，是多元化投资的典型。

但事实并非如此，把这么多钱注入不同的新兴宽带公司，只会造成多方面恶果。在这四家公司即将破产的最后关头，缪斯没能把握机会忍痛低价抛出，结果10亿美元的投资血本无归。

另外，泰特之所以会投资失败，其自身运作方面也有很大的问题。因为每年这家公司会从资产中给股东1%到2%的年费，外加20%的利润，如果公司停止交易，股东们就会觉得自己的利益受到损害，从而在外部施加压力。

就是在这种情况下，公司迫于无奈，匆忙地在混乱状态中作出了不明智的投资决策。

沉默的多利

——保持信息缺失的意义

农夫家的一只叫多利的绵羊，不小心迷失了回家的路，并且混迹到野山羊群中。多利非常害怕，生怕脾气暴躁的野山羊们会对它造成伤害，所以，多利整天都默不做声，显得很深沉。事实上它是怕野山羊们听出自己声音的不同。

可是有一天，一只高大的野山羊终于看到了与自己不太一样的多利，就问道："你是我们的同类吗？我怎么感觉你和我们有点不一样。"

多利故作深沉地点了点头，还是没说话。那只高大的野山羊疑惑地看着它，多利装作很自信的样子，还把头扬得高高的。

这只高大的野山羊把自己的怀疑告诉了头羊，头羊因为在一次战斗中受过伤，视力不太好，也看不清多利与自己有什么不同，但又要装着自己的眼力没问题，就坚定地说"它不是野山羊是什么？"那只高大的野山羊突然发现多利的角和自己的不一样，就对头羊说："你看，它的角和我们的不同。"

头羊因为自己身体的缘故，很怕群羊对自己不服气，所以，平时总是夸大自己的战功，以博得群羊的尊重，如今见这只高大的野山羊一直在给自己出难题，就说："它的角就是那次和我并肩战斗时受伤的，你们应该尊敬它才对。"

那只找事的野山羊迫于头羊的威望，也不敢说什么了，只好装得对多利很尊敬的样子，其他野山羊见状，也都不与多利为敌了。

多利暗暗地出了一口气，心说："沉默是金真是千古不变的真理啊。"

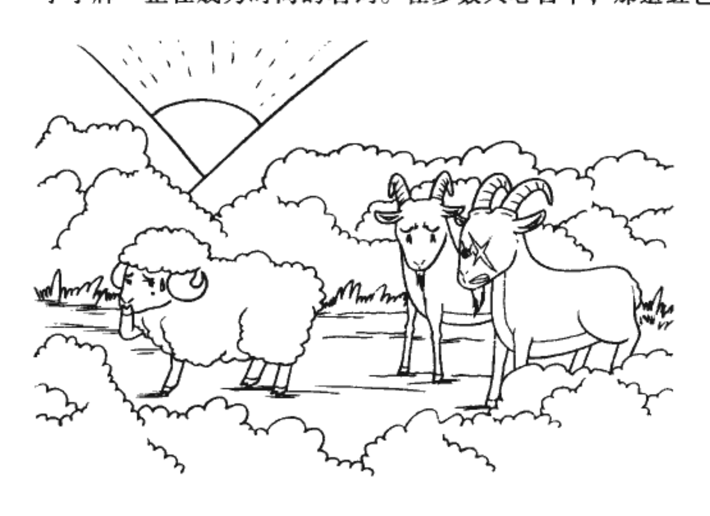
分 析

在激烈的市场竞争中，恰当地保持沉默，保持某方面的信息缺失，是创造财富、避免不必要的风险的一种很好的方法。

李宁在进入商界后，虽然在资本市场的表现出色，但他个人的"低调"却延续至今。公开的影像和文字资料中，人们能看到的大多都是关于"运动员李宁"的喜怒哀乐，而鲜有"商人李宁"的心路历程。出现在公司上市新闻发布会现场的李宁，虽然面带微笑，却仍旧少言寡语。原以为，从觥筹交错的气氛中摆脱出来后，李宁能有一种讲故事的冲动。但是，已成为上市公司董事会主席的李宁却更加谨慎，他以"董事会规定"为理由，拒绝了记者对他本人的采访要求。

记者曾经询问过李宁公司的公关人员，为什么李宁一直回避媒体。公关人员表示，这与李宁公司一直以来的宣传策略有关，公司希望主要突出公司形象和产品形象，所以淡化了李宁的个人形象。

多年来，"李宁牌"正在成为时尚的名词。在多数人心目中，那道红色大L旁边的李



宁，依然是那个在1984年洛杉矶奥运会上一口气夺下三枚金牌的“运动健将”。今日的李宁，已由体操好手转变成为生意人，他除了已在大陆建立2300多家李宁牌体育用品零售点、400家专卖店外，还有意将近年开展的“一动体育”业务，伸展至香港市场。去年，李宁的公司盈利达7000万元人民币，比前年增长达20%，李宁预计今年的盈利增长仍将达到20%。

楚人渡河

——在变动中把握金脉

楚国打算偷袭宋国，准备渡过河抄道而行，趁宋国没有防备一举获胜。

经过周密的策划，他们先派人到河边测量水的深浅，在水浅的地方做了标记，以便偷袭时大部队能沿着标记顺利渡河。

不料当晚河水突然暴涨，而楚国人却不知道这个情况。部队在过河时依然照着原来做的标记渡河，又是夜间，结果士兵、马匹纷纷掉入深水、漩涡，楚军措手不及，淹死1000多人，侥幸没死的也无法前进，只好无功而返。

楚国人在设置标记的时候是正确的，如果河水不涨，他们可以依标记渡河。但后来情况变了，楚国人却不了解变化的情况，当然只能惨败。

分 析

情况是在不断变化的，我们的认识也应该随着客观情况的变化而变化，必须随时根据新情况采取相应的措施。

如果用静止、孤立的眼光看待变化着的事物，那么所采取的行动必然不会正确，也就达不到预期的效果。

在期货交易中，由于其本身的不确定性和投资决策的自主性，使得这种投资充满了风险，正是因为有较高的风险，才有了较高的收益。

但是由于期货交易是建立在对市场行情、商业信息的分析和把握之上的，只要在判断上稍有闪失，就会造成不可挽回的损失。

市场是不断变化的，投资者所获取的信息与市场时机稍有差异，也就是说一旦时间和信息的时效性得不到保证，市场的时机也就无法把握。

1997年7月，当时正值亚洲金融危机，中国航空油料总公司派陈久霖赴新加坡接管中航油（新加坡）这个负债累累、奄奄一息的烂摊子。当时，全公司包括总经理在内只有两个人，处于无办公室、无资金、无专业贸易人员、无市场经验的四无状态。

但到了2000年3月，在陈久霖的努力下，中航油（新加坡）从一个账面资金不过十几万元的空壳公司，变成了注册资金6000万新元、年营业额15.5亿新元(约9.15亿美元)的贸易枢纽，变成了中航油的一杆旗帜。

2001年年底，中航油（新加坡）在新加坡上市，上演了一个神话。但据有关人士透露，当初的操作肯定是违规的，因为中航油在新加坡上市并没有通过中国证监会。

这一点也被最新出版的《财经》杂志证实，中航油（新加坡）出事，陈久霖作出石油价格将开始下跌的错误判断，致使中航油开始在国际市场上作出错误的操作、大量抛空原油

期货，由此一步步滑向深渊。一位资深市场人士认为，原油期货的损失是投机过度，止损不及时。而期权交易上的错误则在于，没有按照市场的变化，及时将看涨期权的权力金大幅调升，并降低看跌期权的权力金。

做期货交易，靠的就是对未来预期的把握，是在变动中把握金脉。

老狮子与狐狸

——对未来的预期

狮子老了，已经不能再凭借自己的力量去猎取食物了，为了活下去，狮子想，只有用智取的办法才能获得食物。于是它就找了一个山洞，钻了进去，躺在地上假装生病，当其他小动物走过来窥探的时候，狮子就轻易地抓住它们，然后把这些小动物吃掉。就这样，许多小动物都被狮子吃掉了。狐狸发现森林里的小动物越来越少，心里十分疑惑，当它发现这些小动物都是在狮子藏身的那个山洞消失的时候，心里就有了主意。

狐狸来到狮子藏身的山洞，但却远远地站在洞口，不往里面走，隔着很远的地方，狐狸向狮子喊道："狮子大王，最近身体怎么样了？"

狮子听见狐狸来了，心想又能美餐一顿了，就回答说："很不好，狐狸兄弟，你快进来看看我啊！"

只听狐狸慢慢地说道："狮子，如果我没发现只有进去的脚印，而没有一个出来的脚印的话，我也许会进洞去，但是现在，还是你自个待着吧。"

分 析

在这则寓言中，狐狸对未来的预期应该表现为两个方面：其一，狮子生病了，作为弱者的狐狸，必须去探望，否则这前景将不容乐观，所以它来到了洞外；其二，狐狸看到只有进去的脚印，而没有一个出来的脚印，预见到了危险，所以它没有进到洞中。

狐狸是聪明的，它能审时度势，根据迹象预见危险，所以才避免了不幸，挽救了自己的性命。



这则寓言告诫我们：对未来的预期决定了我们收益的方向，所以要善于从现有的现象中分析出和自己理财休戚相关的信息来，根据这些信息作出下一步的决策。

在经济学上，资本的价值实际上就是未来预期收益的折现值。一个投资者能否成功，不是看他在过去花了多少钱进行投资，而是他的投资在未来能够赚多少钱。所以，人们某一时刻用于投资的资本的价值取决于投资者主观的认识，取决于投资者的预期和判断。把握好这个预期，就意味着找到了现金流的出口和流向。但也正是这种未来预期的不确定性，才产生了投资的风险。

对未来预期的把握是决定一个投资者能否获得成功的关键因素。为了能够把握某个公司或企业股票的走向，需要考虑多方面的因素和内容，尽量减少不确定的因素，对新的技术和产业予以关注，时刻注意分析资本市场上资金的流动情况，这些都是一个投资者所应具备的条件。

美国老一代企业家中，安德鲁·梅隆是一个很有预见力和善于把握机会的人，他一生中有两件事很值得称道：1899年的一天，他凭借自己敏锐的眼光，支持四个年轻人的匹茨堡电解铝公司，并掌握了60%的股份，因为他看到了这项技术的前途；1895年，发明家艾奇逊找到梅隆，请求他资助其“金刚砂”，梅隆凭直觉预感到这项发明的前景很好，答应了艾奇逊的请求。

摔坏鸡蛋的农妇

——谨慎选择理财组合

农妇家里养了几十只鸡，由于喂养得当，每只鸡都要下很多的蛋，很快她就积攒了许多鸡蛋。听说邻村的集市上鸡蛋的价格很高，她就想拿自家的鸡蛋到市场上出售。

农妇想，该用什么东西来装这些鸡蛋呢？她找到一个很大的篮子，心想这下好了，一次就可以全装进去。

于是，她把所有的鸡蛋都放到了篮子里面。正要出去时，她丈夫看见了，建议她，不要用这样的大篮子装这么多鸡蛋，换小点的篮子多装几次。

农妇不以为然，她想，这篮鸡蛋才有多重，去年秋天，自己还背过比这更沉的东西呢。她丝毫也不理会丈夫的建议，提起篮子，就要出发。

谁知这个篮子好长时间不用，许多处的藤条已经快断掉了，哪里承受得了这么多鸡蛋的重压。经她这么猛地一提，篮子的底部一下子就豁开了，所有的鸡蛋都掉在了地上，全摔碎了。

分 析

把鸡蛋放在一个篮子里固然可以减少运输的成本，但是潜在的风险也加大了，一旦篮子承受不了所有鸡蛋的重量，损失就是巨大的。

经济学中，常用“不要把鸡蛋放在同一个篮子里”来警示人们要对自己的投资项目进行优化组合。因为个人理财时，由于受到教育、环境和思维方式以及个人资金的局限，不可能十分全面地分析考察一个企业和股票市场的全部信息，所以我们就应分散开来。但是这里也有一个最优选择的问题。

实际操作中不少投资者又可能会走到另一个极端，也就是放置鸡蛋的篮子过多，使得投资追踪困难，若分析不到位，可能会降低预期收益。

著名的经济学家凯恩斯，不仅学术上颇有建树，个人理财方面也非常成功。他曾经提出这样一种投资理念，就是要把鸡蛋集中放在优质的篮子中，这样可能会使有限的资金产生的收益最大化。

具体操作时，建议对于资金量较多的客户而言，有必要使资产分散投资来规避风险，但对于资金不多的投资者而言，把鸡蛋放在过多的篮子里，收益可能不会达到最大化。

由此可见，理财时要注意："不要将鸡蛋放在一个篮子里，但也不要放在太多的篮子里。"

杀鸡取卵

——谨慎持有

有一个农夫，家里有一只奇怪的母鸡，一年多没有下过一个鸡蛋。农夫就想，这肯定是一只不会下蛋的母鸡，就想把它杀了。

可有天早晨他突然听到自己的老婆在院子里大声地叫喊着："快来看啊！不得了！那只不会下蛋的母鸡今天下了金蛋！"

农夫赶紧来到鸡窝，仔细地观察这只蛋，发现果然是个金蛋，他们非常高兴。从此，母鸡每天都要下一个金蛋，并且能卖非常高的价钱。由于有了会下金蛋的母鸡，农夫原本穷困的生活一下子变得富裕起来。

但时间长了，农夫对母鸡一天下一个金蛋开始觉得不满意了。他想拥有更多的金蛋，农夫心想：这只鸡每天都能生下一个金蛋，那么它的肚子里一定有很多金子！于是，愚蠢的农夫就把母鸡杀了，但是却没找到任何金子。

分 析

把眼光放长远一些，只有如此，才能发现自己财富的真正源泉。可在进行投资理财的过程中，许多投资者却经常像愚蠢的农夫一样犯着"杀鸡取卵"的可笑错误，把长期能给自己带来财富的"鸡"杀掉了，更为致命的是，他们丝毫不觉得自己做错了。

投资是一项长期的行为，只有谨慎投入，长期持有，才能使企业的内在价值充分地体现出来，投资才能得到如期的回报。

这一点，克罗克做得相当好。1954年，缺乏远见的麦氏兄弟想找一个新的连锁代理来帮他们处理因餐厅发展而带来的麻烦，克罗克看中了麦当劳的发展前景，就立刻和他们达成合作协议，创办了麦当劳公司。克罗克没有像一些公司那样，抢占有利条件后就一门心思赚大钱，而是以公平互惠的精神订立连锁合约，充分照顾了大家的利益和他个人的长远利益，这也成为他留在行业里的最大资本。

现在看起来，麦氏兄弟就是一个没有长期打算的反面案例了。其实，在投资理财过程中，许多投资者都会犯麦氏兄弟那样的错误，他们在对某个企业进行了投资之后，经常由于市场中一时的波动或证券价格的升高而将手中本来打算长期持有的股票或债券抛售出去，这就好比是将寓言中那只会下金蛋的母鸡杀死取蛋，结果可悲可叹。

李嘉诚在接受《财富》的一次采访时说："很多人都问我有什么经营秘诀，其实也没什么特别，好景时，我们绝不过分乐观；不好时，我们也不过度悲观，这一直是我们集团经营的原则。在衰退期间，我们总会大量投资。我们主要的衡量标准是，从长远角度看该项资产是否有赢利潜力，而不是该项资产当时是否便宜，或者是否有人对它感兴趣。"

鉴于市场的短线趋势较难把握的特点，我们不妨运用这样的投资理念，把握住市场大的发展趋势，顺势而为，将一部分资金进行中长期投资，树立起"理财不是投机"的理念，关注长远。

切记:一旦发现了能给自己下金蛋的母鸡后，千万不要犯"杀鸡取卵"的错误。

追悔莫及的鹿

——把注意力集中在核心问题上

鹿有一对美丽的角，它一直为此自豪。有一次，鹿来到池塘边喝水，它注意到自己的影子在水中晃来晃去，当看到美丽的双角时，它激动起来，忘记了喝水，开始欣赏自己那对美丽的犄角。

当鹿正在池塘边顾影自怜的时候，一头狮子悄悄地来到池塘边，伏下身子正要向它猛扑过来。

鹿突然发现了狮子的存在，匆忙间撒腿就跑。它用尽全力向前奔跑，加上这块土地平坦而又开阔，所以鹿很快就和狮子拉开了一段距离。但是进入树林之后，它头上的犄角却被树枝挂住了，很快，狮子就赶上来逮住了它。

这时候，鹿才自言自语地说："我真是自作自受啊，不看重能救自己脱险的双腿，却去赞扬让我送命的角。"

分 析

如果被事物的外表所蒙蔽，就很容易忽略那些真正有价值的东西。就像寓言中的鹿一样，只注意外表华丽的犄角，却忽视了能够挽救自己性命的双腿，最终落到了狮子口中。

对于企业经营来说，也要把注意力集中在核心问题上，要避免让那些无关紧要的事情分散自己的注意力。

从20世纪90年代后期起，宝洁公司开始陷入严重危机。虽说日用消费品行业在90年代后期的日子都不好过，但是宝洁的滑坡似乎比谁都厉害。

2000年6月6日雷富礼临危授命，出任宝洁公司首席执行官。经过多方调查研究，雷富礼得出结论：宝洁在过去几年里之所以停滞不前甚至倒退，是因为没有把精力放在核心品牌、技术以及业务比重大的主要国家。

在他看来，公司需要做的是销售更多的像汰渍这样的产品，这些年销售额达10亿美元以上的产品才是公司的黄油和面包。因为谁都知道，销售更多的汰渍，比发明一个新汰渍要容易得多。

因此，他挑选了10个销售额能达到10亿美元以上的旺销产品，雷富礼对公司产品的评估标准是：它能不能在市场上占据第一位置？它能否推广到全球？它是否适合成为主打品牌？

如果三个答案都是否定的话，他就干脆把这个产品卖掉。

他还暂停了一些耗资巨大的研发项目并裁减了9600个岗位，这些就为公司节省了20亿美元。同时，他大力确立宝洁在市场中的领先地位。

27个月内，他成功地使这家老公司再次焕发青春，利润实现了两位数增长，公司股价上涨了40%，成为当年道·琼斯成分股中表现最好的公司。

解疙瘩

——将资源投入最有希望获胜的战场

鲁国有一个乡下人，送给宋元君两个用绳子结成的疙瘩，并说希望能有人解开疙瘩。

于是，宋元君向全国下令说："凡是聪明的人、有技巧的人，都来解这两个疙瘩。" 于是国内的能工巧匠和许多脑子灵活的人纷纷进宫来解这两个疙瘩，可却没有一个人能够解开。他们只好摇摇头，无可奈何地离去。

有一个叫倪说的人，不但学识丰富，而且智慧非凡，就连他的弟子也都很了不起。他的一个弟子对他说："让我去试一试好吗？"倪说信任地点点头。

这个弟子拜见宋元君，宋元君叫左右拿出绳疙瘩让他解。只见他先打量一番两个疙瘩，然后拿起其中一个，双手灵活地翻动，很快就把疙瘩解开了。周围观看的人发出一片叫好声，宋元君也很赞赏他的聪明能干。

宋元君叫倪说的这个弟子继续解第二个疙瘩。可这个弟子却十分肯定地说："不是我不能解开这个疙瘩，而是这疙瘩本来就是一个解不开的死结。"

宋元君半信半疑，他派人找来了那个鲁国人，把倪说弟子的答案告诉了他。

鲁国人听了，十分惊讶地说："的确是这样的！这个疙瘩是我亲手编制出来的，它没法解开，这一点，只有我知道，而倪说的弟子并没有亲眼看见我编这个疙瘩，却能看出它是一个无法解开的死结，说明他的智慧是远远超过我的。"

分 析

倪说的弟子很聪明，他知道在做事情之前要分析一下哪些该做，哪些不该做，哪些事情有做的价值，哪些事情没有做的价值。当他发现有一个疙瘩可以解开时，他就把全部的精力和智慧都投入到解这个疙瘩中。

在财富创造、投资运营的过程中，也要多动脑子分析自己面临的问题，哪一块市场自己最有优势，哪一个战场最有希望获胜，然后把资源用在最有希望获胜的战场，这样，我们的财富就会尽快地积累起来。

如果把钱用在无关紧要的地方的话，不但不能尽快给我们带来更多的资产，还会带来更大的负债。

要将金钱等投入最有希望获胜的战场，确立自己在这一领域的优势地位。只有这样，我们才有机会赢得每一场胜利，不断"积小胜为大胜"，直至取得全局性优势时，"最后的决战"也就胜券在握了。

在这方面，万科公司就是一个成功的例子。万科曾涉足饲料、零售等领域，但后来都退

出了。万科集团创始人王石解释：其实当时这些生意的收益也都不错，主动退出是为了集中全力于房地产。这一决策最终成就了万科房地产业“龙头老大”的地位。

企业经营就应该选择自己最有竞争优势的行业，把主要精力和资金放在这些领域。

通用电气是世界上最成功的企业之一，它虽然很强大，但是它并不逞强，它知道自己的优势所在，绝不会自以为是地妄图跟可口可乐比赛卖碳酸水。就算通用电气收购了NBC，它也是由独立的管理层经营。

贫者越贫，富者越富

——争做老大，善用马太效应

一个国王远行前，交给三个仆人每人一锭银子，吩咐他们：“你们去做生意，等我回来时再来见我。”

国王回来时，第一个仆人说：“主人，你交给我的一锭银子，我已赚了10锭。”于是国王奖励了他10座城邑。

第二个仆人报告说：“主人，你给我的一锭银子，我已赚了5锭。”于是国王便奖励了他5座城邑。

第三个仆人报告说：“主人，你给我的一锭银子，我一直包在手巾里存着，我怕丢失，一直没有拿出来。”

于是国王命令将第三个仆人的那锭银子赏给第一个仆人，并且说：“凡是少的，就连他所有的，也要夺过来。凡是多的，还要给他，叫他多多益善。”

分 析

“贫者越贫，富者越富”这则寓言反映了当今社会中存在的一个普遍现象，即赢家通吃。20世纪60年代，社会学家罗伯特·莫顿最先将这种现象归纳为“马太效应”。

在经济社会中，马太效应一直在发挥着不容忽视的作用：在投资回报率相同的情况下，一个本钱比别人多10倍的人，收益也多10倍；股市里的大庄家可以兴风作浪，而小额投资者往往血本无归；资本雄厚的企业可以使用各种营销手段推广自己的产品，而小企业只能在夹缝中生存；大企业不发展则已，一发展就将小企业远远地抛在后面。

富者越富，贫者越贫，强者拥有更多的资源，弱者变得一无所有。所以，不管是企业还是个人，都要尽可能地让马太效应在自己的身上发挥作用，争做本行业的老大。

目前，中国乳业已进入品牌化时代，出现了经济学意义上的品牌集中现象，将会形成强者越强的马太效应。为了争做行业老大，蒙牛将营销中心从呼和浩特的大本营全部搬至北京通州，伊利的营销总部也早在去年迁至了北京潘家园伊利大楼。

伊利和蒙牛还就中国商业联合会公布的“2003年度全国大型零售企业商品销售调查数据”展开了口水战，双方都在不同场合坚称自己是去年液态奶销量的冠军。

蒙牛有关人士描述此次胜利时用词颇费心思：“根据统计结果，蒙牛液态奶在同类产品中销量第一，这表明蒙牛乳业后来居上，超越了众多历史悠久的‘老大哥’，正以不可阻挡的姿态冲向中国乳业的领跑位置。”

伊利集团液态奶事业部市场总监靳彪也表示："从公布的结果来看，伊利依然成为最大赢家，在液态奶类商品销售方面继续高歌猛进，稳居第一。"

伊利和蒙牛这对乳业老冤家的"老大之争"可谓愈演愈烈 它们的争霸无非是要成为行业老大，以达到强者越强、赢家通吃的效果。

有头脑的乌龟

——寻找新的突破口，超越竞争

乌龟和兔子比赛失败后，因为不服气，又先后和兔子进行了两场比赛，但是都以失败而告终。

已经失败三次了，换别人早就认输了，可是乌龟不认输，一连几天它都没睡好觉，一直在冥思苦想：如果只靠每天苦练恐怕还是赢不了兔子，因为我们的先天条件差得太多了，我必须想一个办法。

"对，改变比赛路线。这一次不是轮到我选择比赛路线吗，我为什么不选择一条有河的路线呢？我会游泳，兔子不会，我自然能赢它。"乌龟因自己的高明而感到兴奋无比。

果然不出乌龟所料，在比赛中，兔子面对小河无计可施，只好眼睁睁地看着乌龟跑到了终点。

分 析

面对残酷的市场竞争，只有超越竞争，才能真正赢得竞争。

就像寓言中的乌龟那样，找到突破口，发挥自己的优势，最后赢得比赛。

所谓超越竞争，就是要通过参照优秀企业，不断创新突破，力求远远领先于竞争对手，使对手很难赶上。

这就要求企业不能一味讲究提高效率，少投入多产出，而是更讲究灵活性，通过决策的有效性来提高效率；不是忙于解决问题、纠正问题，而是强调改革，改变思维方法，不断挑战新纪录，寻求突破口，在市场中抢点领先地位。

英特尔公司在研制286芯片和386芯片时，遭到了许多竞争者的仿制。

面对这种情况，英特尔公司从486芯片开始，扩大产品线，使得模仿者无从效仿。如今，英特尔公司更推出奔腾系列新产品，给竞争者设置了难以逾越的门槛。

美国西南航空公司成立的时候，市场竞争非常激烈。为了与竞争对手形成差别，它的定位是为那些繁忙的商人提供城际交通，而且走的思路异乎寻常：重新定义飞机，不将飞机当作一个豪华的旅行航空器，仅是看作一个跟乘汽车一样的简单交通工具。结果西南航空在同业中脱颖而出，很快就成长为美国最有活力的航空公司。

在中国，当家电行业大打价格战时，海尔公司致力于研发、市场开拓和国际化战略，在国内国际都树立了卓越的形象，提高了企业的核心竞争力，为其持久发展奠定了坚实的国内领先基础和国际市场基础。

此时，那些热衷于价格战的企业利润率下滑，产品线老化，当它们再面对海尔时，只能是望洋兴叹，它们已无力再和海尔竞争，因为它们和海尔已经不在同一起跑线上。

鹬蚌相争

——尊重对手，自己会更强大

有一天，一只大蚌慢慢地爬上河滩，张开两扇椭圆形的蚌壳，舒舒服服地躺在那里晒太阳。这时候，一只鹬鸟正顺着河沿觅食。

它那又尖又长的利嘴，一会儿啄住一条小鱼，一会儿吞下一只水虫。当它看到大蚌裸露的嫩肉时，它馋极了，用尖嘴猛地啄去。大蚌遭到突然袭击，吃了一惊，啪地一声合拢甲壳，像一把铁钳紧紧夹住了鹬鸟的嘴巴。

鹬鸟死死地咬住蚌肉，大蚌紧紧地钳着鹬嘴，谁也不肯松口。鹬鸟威胁说："今天不下雨，明天不下雨，你就会干死在河滩上！"大蚌也不示弱，回击说："你的嘴今天拔不出来，明天拔不出来，你就会饿死在沙滩上！"

鹬鸟和大蚌就这样你咬着我，我钳住你，谁也不肯相让，谁也没法解脱。这时候，有一个渔翁来到河滩，看见鹬蚌相争的场面，就毫不费力地把鹬鸟和大蚌一起捉走了。

分 析

"鹬蚌相争，渔翁得利"。很明显，竞争双方相持不下，必然会两败俱伤，这时获利的只能是第三方，所以经营者一定要避免出现这样的局面。

换一个角度来讲，对手强大，就会促使你更强大；同样，对手优秀，你就得更优秀，这样，你就会在不知不觉中成长壮大起来。

因此，要感谢、尊重竞争对手，如果失去另一方，剩下的一方存在也会显得毫无意义。

在百事可乐最初的70年里，一直是地方饮料品牌，直到20世纪初，它把老牌的可口可乐作为对手后，抢先推出"年轻一代"的品牌策略。

老牌的可口可乐也从百事可乐的身上看到了自身的危机。于是这两个伟大的对手，在互



相的竞争中找到创新的灵感，通过竞争发展了彼此的实力。

百事可乐的成功就是源于它的对手——老牌可口可乐;老牌可口可乐的发展也不能否认百事可乐的功劳。

30年前，美国新闻界的《华盛顿邮报》和《华盛顿明星新闻报》是一对死对头。1972年，水门事件最初被《邮报》披露。总统尼克松为了惩罚《邮报》，表示只接受《新闻报》的独家采访，以示恐吓。

对于《新闻报》来说，应该是千载难得的好机会，但是《新闻报》却发表了出乎白宫意料的社论，称它不会作为白宫泄私愤的工具来反对自己的竞争者，并言之凿凿地说，假如《邮报》记者不能进入白宫，它们也将停止对该事件的采访和报道。

渔夫和宝石

——培养对商机的敏感性

几天过去了，两个渔夫打到的鱼越来越少了，好像突然之间所有的鱼全部藏起来似的。附近的海水都被污染了，鱼哪能不少呢？许多渔夫不得不到深海去打鱼了。

有一天，一大早，他们两个来到海边，太阳还没有出来，他们感觉到脚下似乎有什么东西，好像是两袋小石头。他们捡起袋子，将渔网放在一旁，都不说话，坐在岸边等待日出。

他俩懒洋洋地从袋子里拿出小石头丢进水里。没有其他事可做，他们就继续把石头一颗颗地丢进了水里。

慢慢地，太阳升起，周围的一切也都变得亮了起来，他们突然看着对方的手不动了，因为他们发现各自手中竟然拿的是一颗宝石。在黑暗中，他们把整整两袋宝石都丢光了！

分 析

手里拿着的就是朝思暮想的宝石，为什么要等扔到最后一颗才发现呢？只能说这两个人太不敏感了，但好在他们还剩下了一颗。

这个寓言说明了一个非常简单的道理，生活给予了人们相同的机遇，但是有人却不具备把握机遇的敏感性，因而错失机遇。

而有的人却能及时把握机会，并且善于着眼于未来，因此，他们能发现越来越多的机会。也就是说，愚者错失机会，智者善于抓住机会、创造机会。

美国的米尔曼女士，就是因为自己的长筒袜总是往下掉，才突发奇想，开设“袜子店”，专卖不易滑落的袜子。目前，仅在美、英、法三国就已开设了120多家连锁店。

约瑟夫原本是美国的一个贫穷的工人，在商店闲逛时发现商品都是用报纸或白纸包装的，于是产生一个妙想：用彩纸包装，不但可以刺激顾客的购买欲，还可以印上商店、生产厂家的名字，成为很好的广告，于是，约瑟夫就成立了彩色包装纸公司。今天他已经成为拥有数百亿美元的大富翁。

在中国，“问题奶粉”事件引起了整个奶粉行业的震动。大量假货被清除出市场，使农村市场暂时出现了“真空”地带，无限的商机将成为婴幼儿奶粉企业重新洗牌、再次竞争的焦点，成为不可多得的营销机会。但是中国的众多奶粉厂商却似乎没有发现其中隐藏的巨大

机会、没有企业抓住机会进行公关。

马和骑师

——成本控制

一个骑师，让他的马儿接受了彻底的训练，因此他可以随心所欲地使唤它。只要把马鞭一扬，那马儿就乖乖地听他支配，而且骑师说的话，马儿句句明白。

“给这样的马加上缰绳是多余的。”他认为用言语就可以把马驾驭住了。有一天骑马出去时，就把缰绳解掉了。

马儿在原野上飞跑，开头还不算太快，它仰着头抖动着马鬃，雄赳赳地高视阔步，仿佛要让他的主人高兴。但当它知道什么约束也没有的时候，英勇的骏马就越发大胆了。它的眼睛里冒着火，脑袋里充着血，再也不听主人的叱责，越来越快地飞驰过辽阔的原野。

不幸的骑师，如今毫无办法控制他的马了，他想用笨拙而颤抖的手把缰绳重新套上马头，但已经无法办到。无拘无束的马儿撒开四蹄，一路狂奔，竟把骑师摔下马来。而它还是疯狂地往前冲，像一阵风似的，什么也不看，什么方向也不辨，一股劲儿冲下深谷，摔了个粉身碎骨。

“我的可怜的好马呀，”骑师好不伤心，悲痛地大叫道，“是我一手造就你的灾难，如果我不冒冒失失地解掉缰绳，你就不会不听我的话，就不会把我摔下来，你也就不会落得这样凄惨的下场。”

分 析

马跑得快、听话，全靠辔头、缰绳和马鞭的有效控制，这个骑师却自以为是地认为是自己的言语力量，等到他把缰绳卸下的时候，才发现当马儿没有得到有力控制的时候，平常听话的马就变成了脱缰的野马，再也不听骑师的指挥。可见，想要任何事物顺利地发展，都需要进行一定的管理和控制。

这则寓言应用到企业成本运作上也是很有深意的。对于一个企业来说，各种的成本就像马一样，如果不加以控制，就会给企业经营带来许多资金上的问题，像资金周转不灵、现金流减少、利润降低等。

因此要想给企业保留一定的利润空间的话，就必须对成本加以控制。全球第一零售商沃尔玛是成本控制赢利模式的典范。

2001年，沃尔玛的销售收入位居美国500强之首。沃尔玛取得这样骄人的业绩，是和它一直恪守薄利多销的经营战略分不开的。

沃尔玛之所以能做到天天低价，是因为它比竞争对手成本低，商品周转快。沃尔玛绕开中间商，直接从工厂进货。

早在20世纪80年代，沃尔玛就要求从交易中排除制造商的销售代理，直接向制造商订货，同时将采购价降低2%~6%，大约相当于销售代理的佣金数额。

统一订货的商品送到配送中心后，配送中心根据每个分店的需求对商品就地筛选、重新打包。“零库存”的做法使沃尔玛每年可节省数以百万美元计的仓储费用。

聪明的狮子

——打破财务坚冰

一头狮子发现有三头公牛在草地上吃草，便凶猛地扑了过去，可没想到的是，这三头公牛十分团结，它们用自己的犄角向狮子冲了过来，毕竟公牛力气大，一只狮子哪里是这三头壮牛的对手。狮子虽不甘心，却又无可奈何，只好退了回去。

接下来的几天双方就这样僵持着。狮子想，我不能就这样等下去，我得采取点手段。于是，它就趁两头公牛睡着的时候对放哨的那头公牛说：“你真是太愚蠢了，这块草地的草本来是属于你的，可是你却和它俩一起分享，你看，它们睡觉了，你还得为它们放哨，太可怜了。”

一开始，这头牛根本不理会狮子的话，但狮子坚持不懈地进行挑拨离间，这三头牛终于相互冲突起来，狮子和牛群的僵持也结束了。狮子趁三头牛相互冲突的时候，轻而易举地将它们一个个地吃掉了。

分 析

狮子的聪明之处就在于它想出办法打破了公牛的防守联盟，假如不是这样的话，狮子无论如何都不会得逞的。

从寓言中可以得到这样的结论：一旦矛盾对立的双方原有的平衡被打破，其中一方变为弱势或消失，那么原先存在的矛盾也就随之解决了。其实，矛盾双方平衡或者均衡在很多时候都是发展的一种障碍。要想解决矛盾，要想发展，走出困境，就必须打破这种均衡。

在投资理财的过程中，也会遇到这种情况，即资产和负债持平，此时，我们就要在了解当前财务状况的基础上，合理地处理资产和负债的比例。

只有打破这种财务上的平衡，也就是财务坚冰，尽量投资于资产，减少负债，才能获得发展。即便是资金有限的时候，也要集中资金，慎重投资，虽然这样做有一定的风险，但正是因为风险的存在，才使我们更加慎重地考虑各种因素，积极地创造条件去消除原有的各种不利因素，从而实现质的飞跃，在投资方面有所突破。

阿里巴巴网站的老总马云在创立该网站的时候，突然发现这个站名已经被别人注册了。



但是大笔的资金已经投进去了，此刻是继续投资还是放弃呢？如果放弃的话，阿里巴巴网站就白投入了，等于把资产变成了负债，完全打破了投资计划，从而出现财务坚冰。

面对这种状况，马云决定继续投入。他在未和对方达成协议之前，就先往对方的账户中汇入了一笔非常可观的资金，对方也因此有感于他的诚意，最终双方达成了转让协议。

昙花和鸡冠花

——树立品牌意识，制造光环效应

昙花开了，鸡冠花看着这么美丽的花朵心里特别嫉妒。

有一天它轻蔑地对昙花说："昙花，你虽然美丽，可是你的美丽却是很短暂的，虽然我没有你漂亮，但我的生命却很长很长。"昙花听了鸡冠花的自夸并没有说什么。

第二天昙花真的凋谢了，鸡冠花却还健康地活着，它就更加蛮横了。就在这个时候走来两个人，其中一个人对另一个人说："昨晚的昙花是我见过的这个世界上最好看的花，我永远都不会忘记，现在我都仍然能回想起那美丽的花瓣，并且感觉我手中仍沾有昨晚的花香。哇，真是太美了！"

鸡冠花听了不服气，连谢了的昙花都能够得到这么好的赞美。可那个赞美昙花的人走到它跟前的时候，不管鸡冠花摆出多美的姿态，那个人都没有看它一眼。

分 析

昙花虽然凋谢了，可是它的美丽却能够长时间的留在人们的脑海中。鸡冠花虽然生命长久，可是因为它的普通，人们却很少注意它。

美好的事情总是让人无法忘怀，时时刻刻都会想到它。即使它已不存在，人们也会回想起它的美丽。

在营销学名著《影响力》一书中，学者罗伯特·希奥迪尼发表了这样的见解:人们通常会下意识地把一些正面的品质加到外表漂亮的人头上。

希奥迪尼的观点体现在经济学领域就是:知名品牌很自然地要被人们赋予光环，并因此吸引更多的资源——人才、资金、市场分额等。

驰名海内外的瓷都景德镇，以其精美绝伦的瓷器和千年不衰的陶瓷文化，吸引了大量的台商，台湾法蓝瓷、东秀陶瓷、华荣陶瓷等一批知名陶瓷企业开始落户景德镇。台商纷纷进驻瓷都景德镇，不仅带来了资金，更带来了新的经营理念。

台商抢滩景德镇的主要原因就是看好了千年瓷都的品牌效应。

但是，制造品牌效应也是一个循序渐进的过程，并要力争使品牌与公司形象相互促进、相互推动，效应叠加，共同提升。这一点宝洁公司就做得非常好。

宝洁公司推出新品牌时，非常善于利用光环效应。他们在初始阶段十分突出公司形象，以此带动品牌形象的提升，以后再逐渐过渡到以传播品牌形象为主。而这个品牌的成功推出，又进一步强化了公司的形象。

齐王嫁女

——追求“物有所值”

有一个名叫吐的人，以宰牛为业并且做卖肉的生意，生意做得很红火。

一天，王宫里的人找到吐，对吐说：“齐王打算把女儿嫁给你，并且准备了非常丰厚的嫁妆！”

吐听了后并没有受宠若惊，相反，他连连摇头说：“不行，我身体不好，不能娶妻子。”那人很不理解地走了。

吐的朋友们都跑去劝吐说：“你真傻，竟然要拒绝齐王的女儿和厚礼！真不知道你是怎么想的。”

吐笑着对朋友说：“齐王的女儿实在太丑了。”

吐的朋友问：“你见过齐王的女儿？你怎么知道她很丑呢？”

吐说：“我虽然没见过齐王的女儿，但我卖肉的经验告诉我，齐王的女儿是个丑女。”朋友不服气地问：“何以见得？”

吐就胸有成竹地回答说：“就说我卖牛肉吧，牛肉质量好的时候，只要给够数量，顾客拿着就走，我用不着加一点、找一点的，顾客感到很满意，我也惟恐肉少了不够卖；牛肉质量不好的时候，虽然我给顾客再加一点这个、找一点那个，他们依然不要，牛肉怎么也卖不出去。齐王要把女儿嫁给一个宰牛卖肉的，还加上厚礼财物，我想，他的女儿一定是很丑了。”

吐的朋友觉得吐说得十分在理，就不再劝他了。

后来吐的朋友见到了齐王的女儿，果然长得很难看。

分 析

有些事情虽没什么直接的联系，但道理是相通的，尽管齐王打算把女儿嫁给吐，并且准备了非常丰厚的嫁妆。但是吐认为自己需要的是一个聪明贤惠的女子为妻，而吐正是以自己亲身的感受去举一反三地思考生活中的现象，才有了他的判断，认为齐王的女儿对他来说并不合适。



寓言引申出的道理完全可以应用到日常的消费行为上，也就是说，个人的鉴赏能力和辨别能力是保证自己所购商品能否物有所值的关键。

这就要求我们要像吐那样能够敏锐地发现那些真正有价值的东西。从我们积累财富的角度来看，这则寓言还有另外的寓意，那就是我们要时刻提醒自己不要把自己的资本投入到那些没有价值或者说预期价值低于投入资本的项目上，简单地说，就是要保证我们购入的是能够增值的资产，而不是负债。

这一点在日常购物消费时体现得很明显。每个消费者购物时，都试图以最小的代价来获得最大的满足。基于这个特点，商家在进行产品销售的时候，就会采用许多对消费者的消费行为产生误导的营销方式，他们在推销自己商品的时候，会附带地赠送一些似乎与商品有关却并不实用的礼品。正是这些礼品使得消费者感到自己似乎得到了实惠，实际却落入了商家的陷阱，白白地花了不少冤枉钱，买回来许多没有任何用处的东西，而自己真正需要的东西却不见得好。

财主和金子

——开源节流

从前，有一个惜金如命的财主，他把自己的金子埋在花园里的一棵大树下面，每隔几天就要挖出来，自我陶醉一番。突然有一天，有人发现了他的秘密，就把他藏在树下的金子给偷走了，为此，财主痛不欲生。

后来他的邻居们来看他，当了解事情的经过后，他们就问他："你从没花过这些金子吗？"

"没有，节俭是我们家的传统，我每次只是看看而已。"他回答道。邻居听了，就哈哈大笑起来，并对他说："按你这种对待金子的做法，有和没有金子对你来说都是一样啊！如果你还是感到难受的话，就在大树底下再埋一些石头，把它们当作金子收藏起来好了。"

邻居们说完就走了，只剩下财主呆若木鸡地站在树下，想着那些被偷走的金子。

分 析

藏匿和闲置财富就等于浪费。与其把金子提心吊胆地藏起来，还不如用它来生财，去获得更多的财富。

节省地用钱，尽量用于储蓄，这在农业时代是个好观念。但当我们进入信息时代的时候，节俭、储蓄到一定的量而不去投资生财，就不是最明智的选择了。

其实，这也是东西方人在理财的思维方式上的一种差别。东方人非常注重节俭，守住钱财的意识要比赚钱的意识更强。但在西方，人们却把投资放在更重要的位置，节俭固然重要，但更重要的是用节省下来的资金去进行投资，他们讲究的是"开源节流"。

拿出自己的一部分积蓄来进行投资，以便增加自己的资产，这样才能有备无患，可以应对突如其来的风险和危机。

一次，盖茨和一位朋友同车前往希尔顿饭店开会，由于去得晚了，因此找不到停车位。朋友建议盖茨把车停在饭店的贵客车位，"噢，这可要花12美元，可不是个好价钱。"盖茨不同意。

"我来付。"他的朋友说。

"那也不是好主意，"盖茨坚持道，"他们是超值收费。"

由于盖茨的固执，汽车最终没停放到贵客车位上。究竟是什么原因使盖茨不愿多花几元钱将车停在贵客车位呢，原因就在于，在盖茨看来，每一分钱都应该花到应该花的地方上去，应该发挥出它的最大效益，只有珍惜、善用自己手中的每一分钱，才有可能获得事业上的成功，实现财富梦想。

资产的现金流能消除我们对损失金钱和未来不确定性的恐慌，所以，我们更应该开源节流，增加资产。绝不能像寓言中的财主一样一味地做守财奴。

陷于困境的狐狸

——尽量使自己的财富少受损失

狐狸与狼为邻已经有一段时间了，但是狐狸却一直都处在烦恼之中，原因就在于，这只狼太贪婪了，总是勒索狐狸的食物，狐狸苦于自己的体力不如狼，只好忍气吞声，默默地忍受着，但它却一直在想办法怎么摆脱狼。

有一个办法狐狸用了很长时间了，那就是经常邀请朋友们到家里来做客，这样一来，狼顾忌狐狸人多，也不好做得太过分。可是天长日久，狐狸的朋友们都有点腻了，开始疏远狐狸。

没办法，狐狸就用自己家里的东西拉拢它们，每次它们到狐狸家里来玩，走的时候，狐狸都要送给它们一些礼物，这个办法确实见效。

可是，时间长了，狐狸能有多少东西可送呢，但又不能不送，不送的话，它又会陷入狼的纠缠之中，弄不好还会被狼吃掉。于是，狐狸就把储存的过冬的食物都拿出来了。

东西总有送完的那一天，最后，狐狸在冬天最寒冷的一天冻饿而死。

分 析

创造财富自然要承担风险，但是要想到如何从根本上解决问题，尽量使自己的财富少受损失，这才是正确的途径。

寓言中狐狸的行为很容易让人联想到打价格战的企业，这类企业面对激烈的市场竞争，就一再地采取以降价让利的营销手段来扩大市场份额，结果被套在了无利润区，甚至亏损经营，最后不得不宣告破产。

其实，商业竞争中的价格战，是较为典型的损财自伤行为，不但不能从根本上解决问题，而且会导致自己的财富流失。

明智的商家就很清楚：价格并不是惟一的商战武器，不是说只有低价才能生存。

在2002年春节前，太原元宵市场可谓竞争激烈。外有河南"三全"集团，内有多家老牌子企业。

而山西省太原市知名的国字号老食品企业"双合成"除了在几个一级超市有柜台和自己的14家专卖店之外，没有其他销售渠道。

面对这种局面，"双合成"没有简单地采取降价的手段，而是全面出击，在营销方面大做文章，市场部、人力资源部、公关部，多管齐下，正月十三，捷报传来，14万公斤成品全

部告罄。

“双合成”公司没有因为竞争的压力，而像其他企业那样打价格战，这样的做法不但没有影响企业的经营，还为企业创造了可观的利润。

所以，“大打价格战”对于想创造财富的企业来说，实在应该是慎之又慎的手段。

精雕细琢的弓

——实现利益最大化

一个优秀的猎手有一张用黑檀木打造的良弓，他用这张弓可以射得又远又准。因此，他十分珍爱它。

有一天，他仔细地观察它，心想:这张弓稍微粗笨了一些，光滑成了它惟一的修饰。这太令人遗憾了！这张弓本可以更精致，好看一些的。

不过这可以补救。他思忖道，我要让世界上最好的艺术家在弓上雕刻图案。还有什么比在一张弓上刻上狩猎图更合适的图案呢?于是他让一个艺术家在弓上刻出一幅完整的狩猎图。

他高兴极了:“我亲爱的弓，你配得上这样的装饰!”

他拉紧了弓，想试一下，可是，弓断了。

分 析

良弓的主要功用在于其弓力的强劲，而非外表的精美，当忽略了弓的强劲而去修饰外表时，自毁良弓显然是不可避免的结果。

我们理财也要注意到这两点：首先要把个人利益最大化作为自己理财的目标。古言云：“慈不带兵，义不理财。”

在商言商是商人本色，要把自己定位成一个追求利润最大化的投资者，而不是慈善会或济危解困的知交。

所以对比如社会公益事业的投入或交情单位的资金周转拆借要求一定要保持理性，除非这些所为能带来更大的利益。因为社会公益的角色不是个别企业应该承担的，而应由政府用税收来承担，热心于公益事业可能是企业的负担，影响资本积累和生产扩大；而出于善良愿望的拆借极有可能会把自己拖下水，置于无法脱身的境地。我们可以看一下，美国的富豪是如何对待公益事业的。

美国的《商业周刊》曾于2003年评选出50名慷慨的慈善家，比尔·盖茨、戈登·穆尔、特德·特纳、乔治·绍罗什、迈克尔·戴尔、迈克尔·布隆伯格等人皆榜上有名。

捐款最多的慈善家是微软的创始人比尔·盖茨，他的捐款为229.06亿美元，盖茨拥有接近500亿美元的家产。

值得注意的是，这些慈善家们在做慈善事业时，从未动用自己的经营资产，也就是说，他们在自己创业时期，非常珍视自己手中的每一分钱，这也是他们成功的奥秘所在。

我们可以设想，如果他们一边创业，一边做慈善事业，会有什么样的结果？可以说，这些年轻的财富精英充分地利用了自己手中那张“弓”的价值。

管理寓言



老鼠和铃铛

——战略和空想

谷仓里的老鼠深受猫的侵袭和追捕，感到十分苦恼。于是，它们就一起开会，商量用什么办法对付猫的骚扰，以求平安。

会上，众鼠智者见智，提出了各种方法，但都被一一否决。最后，一只小老鼠提议说在猫的脖子上挂个铃铛，只要猫一活动，铃铛就会响，大伙就有时间逃跑。大家对它的建议报以热烈的掌声。

有一只年老的老鼠站起来说："这个办法是非常绝妙，但有一个小问题需要解决，那就是派谁去把铃铛挂在猫的脖子上？"

众鼠面面相觑，谁都没有这个胆量去冒这个险，美妙的设想最后落了空。

分 析

空想容易，实践难。这个道理谁都懂，但在现实中，还是有不少人、企业往往犯类似的错误。事实上，对于企业来讲，正确的战略战术和周密实际的作战计划，不是人们头脑里空想出来的，而是根据企业的发展进程、市场具体情况，通过科学的分析、归纳、总结制订出来的。

如果不具备以上的条件，就只是空想，只是一个不错的梦。空想对于企业的发展没有任何现实意义。

理论延伸

计划如果只停留在想象阶段而不付诸实施，计划就是空想，空想的结果是什么也得不到。



好的做法

明晰企业目标是制定战略的重要工具。所以，“想要什么”和“如何实现”是企业制定战略的核心思想。“想要什么”为企业的发展指明了方向，而“如何实现”则为企业向这个方向发展修了一条宽敞的大道。企业的最终目的是利益的最大化，事实上也是这样做的，但是成功的基点还在于其现实性。

不好的做法

努力争取发展，让企业充满活力是积极的，但是，“过犹不及”是千古名训。太想突破现状，太想追求进步有时候可能会把企业诱导到相反的方向。过分功利的企业往往看到辉煌的一面，而忽略了实施的不现实性，甚至伴有巨大的风险性。中国企业喜欢跟风，看到市场上流行什么，就不顾自身的实情上项目。最后，因为与自身的发展风马牛不相及，又不得不放弃当初的想法，白白地损失大量的人力、物力。

白鹭的复仇

——制订计划要全面

树林里有一棵无花果树，无花果树上面飞来一位白鹭太太。它看见这里树影婆娑，就安下了家。下面的树洞里住着一条阴狠的黑蛇。它默默地等待着饱餐一顿的机会。机会终于来了，白鹭太太出去觅食。蛇蜿蜒爬上去，可怜白鹭小雏还没有长出翅膀来，蛇就把它们吞掉了。

白鹭回到家里，只见孩子们零落的羽毛和蛇留下的口涎。它斗不过那个凶手，只得垂头落泪。

螃蟹看到它这副模样，对它说道：“大嫂呀！你今天为什么这样伤心？”

白鹭说道：“他大哥！我该怎么办呢？都怪我糊涂，把窝筑在了蛇的头顶上。我自己的亲生儿女，都给那个天杀的吃掉了。请你告诉我，有没有一个办法把这条毒蛇消灭掉呢？”

螃蟹心里琢磨：你活该啊！你吃我的亲戚的时候怎么没有伤心呢？我想一个好方法，把你也治死，好绝了后患。于是它就说：“大嫂呀！你把一块块的鱼肉从黑水獭的窝门口一路丢起，一直丢到蛇洞那里；黑水獭就沿着这条路走过去，把蛇吃掉了。”

白鹭没有多想，真的按螃蟹的办法做了。那只水獭果然沿着鱼块跟踪而去，把黑蛇吃掉了。接着，它又爬上树去，连带着把正在搭窝的白鹭也吃掉了。

分 析

做任何事都要从纵横两个方向去思考。纵的方面，要求走一步看十步；横的方面，要求全方位地考虑所涉及的方面，寓言中的白鹭由于短视和片面，结果丢掉了性命。在企业管理中，制订计划是必然的。好的管理须制订出切实可行的计划。当然，计划的执行与贯彻也是管理必不可缺少的主要环节。计划的执行会引发一系列的边沿效应，这些边沿效应反过来又会影响计划的执行。因此，制订计划必须有一个科学的政策制定机制，而不能凭一时的灵感或者冲动。

理论延伸

企业的经营战略，是企业对未来较长时期内如何生存和发展的通盘筹划，是为了更长远的发展。因此，要考虑得更加详细和长远，而不仅仅是一年两年之内的计划。

好的做法

科学的政策制定机制包括两个重要环节：第一，要掌握充分的资源和信息，否则在执行中就可能会偏离期望越来越远。尤其是随着企业多元化发展的进程，企业在制定政策前要掌握一线人员的信息反馈。第二，要有一个试运行的阶段。因为思考的结果和实际的环境总是有差别的，所以新的政策出台以后，最好有一个测试误差的阶段。如果出现较大的误差，就必须马上调整原来的安排。

不好的做法

中国企业常犯两种毛病：第一种，就是看到潜在的利润，欣喜若狂，不经过测试就直接上马，期望效益快快到来。但是，由于考虑得不周到，也没有详细的分析报告，因此遇到危机就损失惨重。第二种，面对竞争对手就红眼，恨不得把对方马上打落阴沟，十代也翻不了身。最后拼得鲜血淋漓，两败俱伤，胜利成果却让别人抢去了。

商人过河

——经验管理的隐患

一个怀藏珍宝的商人路遇强盗，狂奔逃命，却被一道激流阻挡了前进的道路。

商人仰天长呼："天啊，天啊，你难道真的没有天理。当我这样无辜的人遇到危险的时候，你为什么不给我一条生路？"

一只青蛙听到了他的惨呼，跳出来安慰他："不要埋怨老天。它其实对你很慈悲的。这条小溪嘛，看起来很可怕，其实很浅的。我们天天都在这里游泳嬉戏。当年，我还小的时候，妈妈就在这里教我跳水。所以，你勇敢地下去吧，没有事情。"商人将信将疑，迫于强盗的追赶，只好冒险下水。果然，这条听起来响声大得吓人、看起来让人心惊的水流其实很浅。商人最后只不过虚惊一场。他渡过河流，感谢了青蛙，继续前行。没错，强盗也被这条激流吓住了，青蛙没有把河流的秘密告诉他们。但是，他们通过另外一条道路又找到了他，仍在身后穷追不舍。

途中，商人又遇到了另外一条河，这条河平静而安宁，缓缓地在大地上流淌。他自言自语说："那条河流看起来那么可怕，其实也不过如此；那么渡过这条河更应该是轻而易举的了。"他于是毫不迟疑地下了河。没想到，这条平静的河流却暗藏杀机。商人连呼救声都来不及出口便滑入流沙里，转眼被吞没得无影无踪。

分 析

经验是无价之宝，但如果一味地固守于已有的经验，最终的结局必然是商人惨剧的延

续。企业在发展过程中，遇到的各种各样的情况，要具体情况具体对待。随机而变应该是经营的基本策略。从管理学的角度看，经验是宝贵的，但是，有效的管理不能停留在粗放的经验管理层面上。延续过去的经验，可能会遭到惨败。

理论延伸

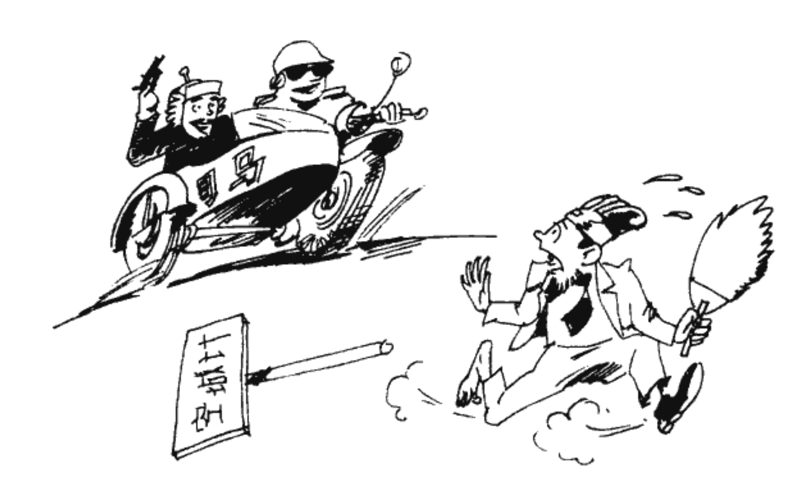
战略是企业面对激烈变化和严峻挑战的环境，为取得长期生存及不断发展而采取的一系列总体的谋划。这种战略旨在使企业不断地变革，由适应目前的环境到适应未来的环境。

好的做法

企业应该对经验进行分析和总结，从中发现成功或者失败的关键因素，使粗放的经验变成科学的行为规范。泰罗的“科学管理”就是由此而来的。企业不能采取经验管理模式，固执不化。

不好的做法

当代中国的民营企业家多数都是从市场中一刀一枪拼杀出来的，他们具有过人的商业智慧；但是，他们太过于相信自己的经验和优势，而忽视科学管理。因此，其管理理念、风格和方式过于粗放，不够细腻，这就是导致民营企业“各领风骚三五年”的原因。



牧羊人的晕招

——计划中的成本问题

有个牧羊人养了条牧羊狗看管羊群。有人不解地问他，养一只食量很大的狗究竟能做什么用，还不如把它送给村里的财主老爷，只有他养得起这种威风的狗。至于放羊嘛，只要养几条小狗就可以了。

牧羊人听信了这话，为了节省开支，就用这条牧羊犬与当地的财主交换了三只小狗。

以后，他的开销果然小了很多。但是这三条胆小鬼一旦看到狼来了，就吓得浑身哆嗦。它们不敢与狼搏斗，马上就开溜了。

狼满意地对羊群大开杀戒，等到牧羊人带着帮手赶来的时候，狼已经逃之夭夭了，只剩下三条小狗在那里发呆。

分 析

牧羊人为了省下养狗的费用，结果失去了自己的羊，企业过于节省成本往往会导致产品质量下降、行业竞争能力削弱和抗风险能力减小。

但是，很多企业仍然常犯这样的毛病，就是因为可以在短期内提高企业盈利。

理论延伸

计划成本是要追求一个最准确的定位，而不是要一味地去压低它。企业应当信奉"适当的成本产生完美效益"的信条。

好的做法

过高的成本和过低的成本都不是好办法，怎样选择一个合适的成本价格呢？日本公司极力推行精细化管理，对成本支出毫不吝啬。在新产品设计前制定目标成本是日本公司成本管理的特点之一，而这只是成本核算战役的开始。这一战役的过程就是公司同外部供应商之间，以及负责产品不同方面的各部门之间的紧张谈判过程。最初的成本预算结果也许高出目标成本的20％左右，或是一个更高的比例，但通过成本计划人员、工程设计人员以及营销专家之间妥协和利益权衡后，最终产生出与目标成本最为接近的计划成本。

不好的做法

不少企业盲目追求压低成本、提高利润。岂不知，应有的消耗减少了，又该如何保证计划的顺利完成呢？

猫与两只麻雀

——企业的发展不要依附别人

一只猫和一只小麻雀出生在同一天，从幼年起它俩就是街坊。鸟笼和猫舍都同处一间房里，麻雀时常把猫惹得发火。

因为麻雀很不懂事，常常用嘴去啄猫；而猫是位聪慧小心的先生，总是对小麻雀谦让几分，往往稍稍惩罚一下就收手。它十分注意自己的利爪，尽量不亮出来，以免伤害到自己的小朋友。

麻雀的堂兄来串门子，它们在一起嬉戏玩耍后，两只麻雀却吵起了架。小麻雀口舌比较笨，说不过对方，于是便对猫说："替我教训教训这个家伙！"

猫当然偏袒自己的朋友，它说："这个陌生的家伙居然欺负到我们的头上来了，它嘲弄我的朋友，就是嘲弄我。我要狠狠地惩罚它！"于是它就把串门的麻雀给吃掉了。

然后，猫咂巴着嘴说："原来，这麻雀的味道还真不赖！"说着话又把与它朝夕相处的老朋友也一口吃了。

分 析

企业的发展计划应当注重提升企业自身的能力，而不能过度依赖外力。否则，一旦遇到危机，就难以在第一时间干净利落地弥补好自己的漏洞，就像寓言中不懂事的麻雀那样，只能成为别人的盘中餐。

从这个意义上说，外力是一把双刃剑，用不好就会伤害自己。

理论延伸

小企业应当正确处理与大企业的关系，不可以做它们的依附者，但是可以与之平等地进行合作，这样既保持了自身的独立地位，也可以增强抗风险的能力。

好的做法

不依赖大集团大公司，致力于发展自己的核心竞争力，在危机到来的时候，就能及时顺应时势，调整企业运作，使企业本身的抗风险能力提高。这样的企业甚至还可以从危机中发现对自己有利的因素，并据此来改善企业的经营。

不好的做法

许多小企业在危机到来之时，想到的第一件事情就是依附大集团大公司，但是，想要搭"顺风车"的投机思想必然会成为别人的附庸，没有自己的核心能力，最终只能沦为大公司之间竞争和妥协的牺牲品。

野狼磨牙

——凡事预则立，不预则废

一只野狼卧在石头上勤奋地磨牙，它的牙齿磨得又光亮又锋利。狐狸看到了觉得特别嫉妒，就对它说："天气这么好，大家都在休息娱乐，你干吗这么辛苦啊？难道平时的努力还不够吗？还是舒舒服服地休息吧！"

野狼没有说话，继续磨牙，把它的牙齿磨得更尖更利。狐狸更眼热了，说道："森林这么宁静，猎人和猎狗都已经回家了，老虎也不在附近徘徊了，没有任何危险，你何必那么用劲磨牙呢？"

野狼停下来回答说："我磨牙并不是为了娱乐，你想想，如果有一天我被猎人或老虎追逐，我需要锋利的牙齿与它们搏斗；如果有一天，兔子从我面前跑过，我也需要锋利的牙齿把它们的喉咙咬破。到那时，我只要有一点的疏忽就会遭到灾难或者失去机会，我想磨牙也

来不及了。平时把牙磨好，到那时就可以保护自己，获取食物了。”

分 析

对于任何人或企业，任何时候都应该像寓言中的野狼那样居安思危，未雨绸缪，制订一个完备的保障措施。这样在危险突然降临时，才不至于手忙脚乱。

平常若不树立危机意识，制订预防的措施，临时抱佛脚是来不及的。

理论延伸

美国管理学家杰弗逊在其最新的危机管理著作《危机顾问》中指出，处于市场“第一品牌”的企业、迅速成长的企业和连锁企业等10类企业，是当今社会最容易发生危机的企业。

好的做法

野狼抵御被捕猎的利器，并不是它锋利的牙齿，而是它那超前的“危机意识”。同理，对于企业组织来说，没有危机意识，单纯的“硬性危机预防体系”是无力的，而超前的、无形的、全面的危机意识才是企业危机防范中最坚固的防线。

不好的做法

有些企业以为规模大、实力强，就可以不进行危机管理了，从某种意义上说，大企业和著名企业更易遭遇危机。奔驰汽车公司在“砸大奔”事件中的失败，及大量的企业案例证明，企业与企业在危机应对方面的差异，很大程度上取决于企业危机意识的不同。

越是知名度高的企业越要有危机意识，越应该及早制订危机公关计划，以便在危机出现时能够掌握主动，抓住机遇，渡过难关。

蝙蝠和黄鼠狼

——计划要随机应变

一只晕头蝙蝠冒失地闯进了黄鼠狼的家，黄鼠狼见到送上门的肥肉，感到非常欣慰。为了名正言顺地吃掉蝙蝠，黄鼠狼列举了一条理由：“老鼠，我与你势不两立，这可是你自己送上门来的啊！我吃了你，也算是活该。”

“请原谅，”倒霉的蝙蝠赶紧申诉说，“请看看我的血统，我是老鼠吗？感谢上帝，给了我一双翅膀，让我展翅飞翔！您看过老鼠有这么优雅漂亮的翅膀吗？”它讲得十分在理，黄鼠狼没有下嘴的理由，只得放它一条生路。

两天过后，这只倒霉蛋又撞到黄鼠狼夫人家中。馋嘴的黄鼠狼夫人看着这只小怪物很像一只鸟，正好把它做下饭的菜。蝙蝠大声地辩解道：“您没搞错吧，鸟是有羽毛的，您看我浑身上下光溜溜地没有一根毛啊！我是一只地地道道的蝙蝠啊。我夏天吃蚊虫，让您免受被叮咬的苦。您难道不该放我走吗？”它说得也有道理，黄鼠狼夫人便饶了它的小命。

分 析

对于一些中小企业来说，处在大企业的夹缝中生存，要向寓言中的蝙蝠学习，随时改变自己的角色。这并不是什么可耻的事情。它们的战略规划就在于淋漓尽致地发挥自身的优势，而极力避开自己的劣势。

理论延伸

小企业要在自己立足的目标市场上占据有利的地位，必须不断开发出新产品以满足消费者的要求。

我国小企业可以与大专院校、科研机构联合开发技术、更新产品，搞好市场营销。因为，小企业单独开发一项新技术或新产品需要付出很大代价，且风险极大，但可以依靠社会力量来进行。

好的做法

采取“因时应宜”的发展策略对于小企业有两方面的好处：一是企业可以避开市场风险，提高专业化程度和产品质量，提高规模经济效益。二是大企业也欢迎这些经营灵活的小企业为其提供配套产品。但是，企业要注意选择目标市场。小企业选择目标市场的正确方法是将某一特定的细分市场对企业的要求同企业自身素质相比较，继而确定能够发挥自己优势的细分市场。就好像蝙蝠强调自己的“翅膀”和“无毛”的特性一样。

不好的做法

中小企业对于某种产品或技术，或者是对大企业的需求过分依赖，一旦市场变化、需求下降，就会给企业生存带来威胁。小企业因此既要“因时应宜”，也要明确自己的定位，正所谓“随缘不变，不变随缘”。

狮子称王

——尽早制订计划应对危机

很久以前，豹王是具有无上权威的森林盟主。就在这时候，邻近的森林中出生了一头小狮，达官显贵们出于礼貌都去问好，并致以祝福。但看过狮王子的动物回来后，纷纷称道它具有天生的王者风度。

听到这个消息，豹王将信将疑，便召大臣狐狸进宫商量。豹王对它说：“你肯定很害怕我们的邻居小狮吧，可它的父亲已经过世，它又能成什么气候呢？我们应该放过这不幸的孤儿吧！它所遇到的麻烦已经够多的了，它还有什么能力去征服别人？”

狐狸听了这话却不以为然地摇了摇头说：“陛下，它现在是落难的孤儿一点没错，不过等到长大以后，就是凶狠的杀手了。它不值得我们去怜悯，趁它牙口没长全、爪子没磨利之

前，我们赶紧把它处理掉算了。如果你不愿意干掉它，那么就和它搞好关系吧。这可是不能耽误的大事啊！这家伙将在格斗厮杀中壮大成长。它将是狮子中的佼佼者，一头勇猛无比的狮王。”仍然迷信自己权威的豹王打起了呼噜，王公大臣们也都昏昏欲睡。

由于豹王的疏忽，这头小狮没有受到明枪暗箭的威胁，长成了一头勇猛无比、鬃毛金黄的大狮子，并开始率领狮族不断开拓疆土。警报传到了豹王耳朵里，狐狸大臣被紧急召进王宫。狐狸无可奈何地说：“陛下不要发火了，早知如此，何必当初呢？现在只有向狮王求和了！我们应该献上肥羊，如嫌不够，再多献上几只，外加一头肥牛。只有这样，才有可能保住王国的生命财产免受侵害。”

豹王将信将疑，但还没有等到它考虑出一个结果来，事态已经急转直下。豹王的邻国相继沦陷，没有一国能取胜。最后，不管豹王如何力挽败局，它所害怕的局面成了现实，狮子坐上了森林盟主的宝座。

分 析

永远不要像豹王那样忽视自己的对手，毕竟商场如战场，对竞争对手心慈手软就是对自己的无情。

英国人有一句名言就是:“没有永远的朋友，也没有永远的敌人，只有永远的利益。”

理论延伸

对敌手，不论其实力如何，都要采取“一视同仁”的对付策略。永远不要轻视任何一个敌人，不论是结盟合作，还是竞争打击，企业本身的利益要永远放在第一位。

好的做法

微软对待自己的竞争对手一向狠辣无情，它的对手莲花公司在电子表格软件业发展的初期曾占据主导地位，是微软主要的打击对象。比尔·盖茨在1988年的一份备忘录中呼吁大幅下调软件价格，目的就在于将莲花公司的利润削减一半。事后证明，微软确实下调了价格，将其产品捆绑在目前流行的微软办公应用软件包中出售。作为个人电脑行业第一个大获成功的软件，莲花公司开发的电子表格曾广受欢迎，但微软的无情挤压却使得它的市场占有率猛跌，莲花公司从此一蹶不振。

不好的做法

对于那些自以为根基稳固的“航空母舰”型企业来说，可能以为一个小小的竞争对手犹如微风细雨，不足挂齿。但当微风细雨变成狂风暴雨，形成一股足以掀翻自己的强大势力时，就已经无法对抗了！

梦想与现实

——逃避困难的下场

有个胆小的老人有个独生子，他勇敢而且天生喜欢打猎。老人也希望儿子成为一名优秀的猎手。有一次，老人梦见儿子悲惨地被狮子咬死。他极害怕这梦变为现实，就不再支持儿子打猎，而且特别建造了一座悬空的漂亮房子，将儿子锁在里面，把他保护起来。为了让儿子高兴，老人在墙上画了各种各样的动物，其中也画有狮子。

然而，那孩子越看画越烦恼。有一次，他站在狮子画的旁边说道："喂，你这可恶的野兽，为了你和我父亲荒唐的梦，我才被关在这种像牢房一样的房里。"

说着说着，便挥动拳头用力向墙打去，好像要把那狮子打死。不料一根刺扎进他指甲里去了，孩子因此得了破伤风，最后引起高烧不退，没多久便死了。原本是为孩子，竟把孩子害死了。这位父亲精心的安排对孩子有害无益。

分 析

这位父亲将孩子软禁保护起来，他原指望能够避开危险，但是悲剧最后还是发生了。在现实生活中，企业是否会因为惧怕危险而改变或者放弃自己战略规划呢?

所谓"战略规划"，这是企业发展的必由之路。它涵盖了经营战略、品牌策略、企业形象、企业文化、理念精神、价值共识、行为规范、管理培训等深层次的问题。

战略设计是一项系统工程。只有对企业的过去有深刻的研究，对现在有良好的认知，对将来有正确的定位，才有成功的战略规划。

如果惧怕未来的风险，肯定不能有正确的定位，也不会有成功的战略规划了。

理论延伸

良好的战略规划的本质特征是实施差异化，关键点是突出个性，拒绝平庸、雷同、概念化。达到这些要求并不容易，但是企业必须以此为目标，不能因畏惧困难而打退堂鼓。



好的做法

战略规划要做到参与人员具有广泛的知识面和专业水准，要考虑战略体系的完整性、理念内涵的深层次和形象设计的独特性。战略上应该对未来的困难做到完善详尽的考虑，并制订好的应对措施。如果战略上先就害怕了，那么战术肯定会一败涂地。

不好的做法

惧怕危险的战略规划只能是一种装饰品，而不是企业关键问题的解决方法。那么这种“金玉其外，败絮其中”的装饰性战略规划，必将使企业误入歧途，使其尝到苦果。战略规划不根据自身实际情况与需求，选择不同的角度导入，也不制定特定的推进路线，提出解决问题之道，企业也就达不到内强素质、外显形象的效果。

拔苗助长

——计划的执行要有步骤

有一个农民每天都到地里去劳动，非常辛苦。劳作日复一日，他每天傍晚回到家以后，累得就像死了一样。他多么希望庄稼苗赶快长起来，这样，他就可以稍微休息一下了。

这一天，他坐在田埂上休息，望着田里的小苗，自言自语地说：“庄稼呀，快快长高呀！”他念叨着，脑子里蹦出一个主意：“对呀，我原来怎么没想到，就这么办！”这个农民顿时来劲了，一跃而起开始忙碌……

这天太阳都落山了，他还没有回家吃饭。他的妻子早已做好了饭菜，坐在桌边等他回来。忽然门“吱呀”一声开了，农民满头大汗地回来了。他一进门就兴奋地说：“今天我们的庄稼长了很高，可把我辛苦死了。”

他的妻子很奇怪，庄稼还没有到长得很高的时令啊！她就提了盏灯笼深一脚浅一脚地跑到田里去看。可是晚了，庄稼已经全都蔫了。原来，这个傻农民自己把庄稼一棵棵拔高，不死才怪呢！

分 析

战略规划是有步骤的。企业的发展必须达到一个目标之后，才可以考虑下一个目标，并着手准备。

企业发展如果强行进入到更高的阶段，就会得不偿失。

就好像人不能一口吃成一个大胖子一样，饭是一口一口来吃的，否则就会被噎住。拔苗助长的农民最终一无所获便是很好的明证。

理论延伸

有人形容战略规划好比竹笋，虽然可以预料到长多高多粗，但是，其过程必须一节一节地生长起来。从这一点上来说，企业的发展是通过一步一步的进步体现出来的，战略规划作为企业发展的远景，是企业发展的轨道、航向、灯塔。

好的做法

中国的著名企业海尔在发展的不同阶段、不同领域提出了不同的目标。比如，海尔“日事日毕，日清日高”的OEC管理法，要求今天的事情今天一定要做完，今天的事情比昨天要有提高，这样每天都能有所提高。这种管理制度几乎是将“效率”强制性地植入企业文化中。海尔在多元化时主张“东方亮了，再亮西方”，在国际化上主张“先难后易”。总之，在企业快速发展的每个阶段，海尔的管理都有一个明确的方向和目标。

不好的做法

典型的例子是南京熊猫对手机的战略规划。熊猫在手机领域起步早，进步慢。2002年年底，熊猫手机夺得了央视2003年广告“标王”，加上在地方台的广告投入，全年广告预算高达2亿元。但2003年数据显示，南京熊猫2003年上半年移动通信产品收入13．06亿元，销量为150万台；每部手机平均售价约871元，毛利率仅9.54％；市场占有率位居全国第九，市场份额仅为2％。研究显示：在研发、制造和销售都不领先的情况下，急于求大求高的熊猫手机采取高举高打的策略，在广告、研发、终端建设等诸多环节都进行了大笔的投入。急于求成的心态和动作并没有把熊猫手机带上成功的道路，反而给企业的发展带来沉重的负担。

父亲的祈祷

——矛盾目标的取舍

父亲有两个女儿，一个嫁给了菜农，另一个嫁给了陶工。

过了些日子，父亲来到菜农家里，问女儿情况如何，他们的生活过得怎么样。

大女儿说：“一切都很好，只是有一事须祈祷神明，那就是请求多下雨，好好地浇灌那些蔬菜。”父亲深以为然，开始为大女儿的心事祈祷。

不久之后，他又来到陶工家里，问二女儿过得如何。二女儿说：“什么都不缺，只祷告一件事，请求天气晴朗，阳光充足，使陶器更快地干燥。请父亲为我祈祷吧！”

父亲对她说道：“你希望出太阳，你的姐姐却盼下雨，那么我该为谁祈祷呢？”

分 析

那些同时想做两件截然不同的事的人，必然任何一件事都干不成。如果两个目标相冲突，那么只能放弃一个去完成另一个。

“我到底要做什么样的生意呢？”当一个公司刚成立的时候，往往会遇到很多的机会，但是这些机遇之间彼此矛盾。在这样的情况下，必然面临取舍的问题。

理论延伸

一个企业必须有自己的核心战略，哪怕企业提供的战略是有缺点的或者是有偏差的。

实际上战略作为一种远景是用来激励企业的团队，并且让社会看到企业清晰的发展方向的。

因为，目标就是一盏明灯，指导自己前进，也让别人看清你的方向。为了让引路的主灯更加明晰，就有必要关掉其他的小灯。

好的做法

某IT集团公司发现企业有多个盈利丰富的大项目，但由于实力所限，只能选择一到两项。如果多头并进的话，很可能因为扩张过度而顾此失彼，最终引发经营危机。最后，该集团决定集中力量重点做更富有经验、更高利润的企业和政府机构市场项目，而将其他项目暂时搁置。最后，该企业赢得了大份额的政府订单，巩固了自己的市场地位。

不好的做法

企业一旦发展到一定规模之后，往往具有强大的进取心，由于不愿意舍弃任何一个可以发财的机会而最终模糊自己的现实定位。有一家电代理商，当初靠做外国家电产品分销发了财，然后又去做房地产，又去搞石油化工，在企业的广告上还有信息产品、超市、手机、剃须刀甚至屋顶窗……最后的结果是，哪一项事业都没有盈利。

青蛙选国王

——企业发展不要随心所欲

池塘里的一群青蛙杂乱地生活着。它们对没有国王的生活感到厌倦了，希望能有个国王，但是自家里又选不出个让大家都佩服的青蛙。于是青蛙请会飞的蜻蜓作为使者去见宙斯，祈求派给它们一个国王。

宙斯正巧心情非常不错，于是就扔了一根大木头到水里去，开玩笑说："这就是你们的国王。"木头掉落到水里"哗啦"一声响，青蛙们吓了一跳，全都躲到池塘水底下。等到它们发现大木头浮到水面上不动了，又都游到水面上来，带着敬畏的眼光看这位庞大的国王。时间久了，它们就一点也不害怕了。小青蛙甚至爬上去蹲坐在它上面玩耍，老青蛙安静地坐在上面晒太阳，母青蛙靠在木头边上指导蝌蚪们游泳。它们的生活就以这根大木头为中心。

过了一段时间，它们发现这个国王实在没有什么活力，便再次派蜻蜓使者去见宙斯，祈求另外给它们派一个有些活力的国王。宙斯恰巧心情不好，于是派给它们一只鹭鸶做国王。

青蛙们正挤在水上迎接新上任的国王，可是饥饿的鹭鸶已经开始选择肥大的青蛙下嘴。到最后，池塘里再没有一只青蛙留下。

分 析

青蛙选国王好比企业在发展过程中改变过去战略或者市场定位的决策，此之谓"战略转型"。转型导致企业资源的重新组合、竞争路径的重新选择，其中包含了很大的风险，如果



成功就会带来长期的繁荣，而一旦失败就有可能陷入万丈深渊。因此，企业转型必须慎重又慎重，如果像青蛙那样随心所欲地选国王，选来的就是灾难。

理论延伸

战略转型要正确地估计新兴产业进入的壁垒及其高度。

特别是当你进入一个全新的产业，而这个产业与你原来的业务没有任何关联的时候，技术壁垒、信息和知识壁垒、人力资源壁垒等都是你必须考虑清楚的。

好的做法

企业的转型需要企业家或决策层有一个清晰的思路，明确自己想要的到底是什么，明确自己有什么优势和劣势，自己能做些什么。也就是说，企业转型必须从公司背景、发展战略、组织结构、运营管理模式到人力资源、企业文化等几乎所有重要方面相互匹配，这样才能实现成功转变。

不好的做法

在我国第二阶段的企业转型中有过太多的教训。1998年，大量家电企业涌入计算机行业；1999年流行炒作生物工程产业，近100家上市公司进入生物工程产业；2000年是网络热，上市公司千军万马入网络；2003年涉足汽车业的企业也多得数不胜数，甚至连五粮液也参与其中。这些企业没有对自身的实力、需求与所进入行业的特质相比较，就盲目转变自己的战略市场定位，进入新市场后，也缺乏正常的经营管理，最后的结果只能是饮恨退出。

徒劳的寒鸦

——企业的发展不是作假

宙斯想要为鸟类立一个王。于是，他指定一个日期，要求众鸟全都按时出席，以便在它

们之中选最美丽的为王。众鸟都跑到河边去梳洗打扮。

寒鸦知道自己没一处漂亮，便来到河边，捡起众鸟脱落下的羽毛，小心翼翼地全插在自己身上，再用胶粘住。

指定的日期到了，所有的鸟都一齐来到宙斯面前。宙斯一眼就看见花花绿绿的寒鸦在众鸟之中显得格外漂亮，准备立它为王。众鸟十分气愤，纷纷从寒鸦身上拔下本属于自己的羽毛。于是，寒鸦身上美丽的羽毛一下全没了，又变成了一只丑陋的寒鸦。

分 析

企业的发展是脚踏实地、一步一步地走出来的，而不是通过造假来实现的。

企业必须埋头实干，忍受枯燥、乏味的生产管理。

如果像寒鸦那样做一些表面的功夫，最后很可能是被揭穿画皮，原形毕露。

理论延伸

没有竞争力的企业将会感受到生存的极度艰难，缺乏诚信的企业和企业家不会得到民众的承认，最终就会被淘汰出局。

好的做法

10年前，海信还是一个名不见经传的小国有企业，但在短短的10年间，它异军突起，迅速成为中国电子信息产业的“巨无霸”。海信崛起的最主要原因就是海信人实施了“战略目标”管理。这是一种枯燥但是能够刺激企业努力完成计划的管理模式。它实事求是地制订战略目标，目标确定后又能够有序地“深练内功、强身健体”，一步一步地实施。

不好的做法

在中国改革初期，许多民营企业都是靠制假售假起家的。因为中国太需要新生的市场竞争力量来给国有企业施加压力，所以这种行为能够存在下去。但不少民营企业家将仿伪制假作为自己的看家本领，当国有企业大刀阔斧进行内造活力、外树形象的改革之时，他们还不思进取，继续造假。当苏南、温州等民企火爆的地方成为造假基地时，民营企业就成为了假冒伪劣的代名词。当市场提高了自己的选择功能和淘汰功能后，大批民企被剥去了“画皮”，露出了孱弱的原形。

墙壁的轻蔑

——小祸患会发展成大危机

一天，一只耳号鸟把一颗核桃带上了钟楼。这只鸟用爪子踩着核桃，三番五次地啄着，想要打开它的硬壳，去啄食里面香嫩的果仁。这核桃突然逃掉了，然后拼命地滚进墙缝里，不见了。

可是，鸟儿还是守在那里，等待墙壁把坚硬的核桃抛出来。核桃看见自己的命运还不确定，便可怜巴巴地说："好墙壁，你被建造得这么结实和高大，厚厚的，真是上帝派来救我的。你救救我吧！可怜可怜我吧！"

耳号鸟"呱呱"地警告墙壁："你可要当心点啊，核桃可是个危险分子。"

墙轻蔑地说："危险吗？我看它不堪一击呢！我们不用和这个小人物过不去吧！"它决定发善心把核桃留下来。耳号鸟失望地飞走了。

过了些日子，核桃裂开了嘴，长出根子来，须根四处延伸，枝叶也从墙缝中伸展出去。核桃苗长得那么迅速，不久就长到钟楼上。它粗壮有力的根毁坏了墙壁，把墙弄倒了。墙壁意识到核桃的祸害时，为时已晚。核桃树还在长，长得结实有力，而墙壁却倾斜倒塌了。

分 析

墙壁对自己的实力过于自信，对一个外来因素——核桃过于忽视。它保全了核桃，但是最终被核桃弄得四分五裂。在商业竞争中，某些大企业也往往对自己的实力过于高看，而对于实力比自己小的企业产生轻视思想。这常会导致自己日后的失败。

理论延伸

大企业与中小企业之间的博弈非常复杂。双方既存在合作，也存在竞争。大型企业如果认为后者实力弱小，不堪一击，就极有可能在长期的竞争中被慢慢地蚕食。每个企业都有从弱小到强大的经历，也有可能经历从强大变成弱小的过程，这取决于企业的竞争心态。

也就是说，企业必须客观地评价自己的竞争者，永远不要用傲慢的眼光来看待自己的对手。

好的做法

许多大企业在商业危机到来之时，都乘机并购在危机中一蹶不振的中小企业。这些企业只是因为实力太小，不能经受剧烈的危机，但它们本身仍具有许多活力。当行业的寒冬一旦过去，这些小企业就有可能重新焕发生机，如果有特别的机遇，它们甚至可能发展成为行业的领军者。因此，在中小企业"遇难"的时候对其进行并购，不但可以壮大本身实力，而且可以消灭潜在的敌人，可谓"一举两得"。

不好的做法

世界知名的可口可乐曾经犯过"刀下留人"的错误。它现在惟一的敌手"百事可乐"曾经三度转手，最后走投无路，只能谦卑地恳请可口可乐以超低价格兼并。如果可口可乐当时不是那么自满地拒绝后者，而是将这个濒临灭亡的对手彻底收归旗下，那么以后就会少了一个强劲的对手。"百事"在遭到拒绝之后奋发图强，终于熬过了最艰苦的日子并东山再起，最终成为世界上惟一能与可口可乐相抗的饮料公司。

老鼠与黄鼠狼的战争

——虚荣导致企业的衰败

老鼠与黄鼠狼开战，老鼠每次总被打败。它们聚在一起商议，认为是因为没有将帅所以屡次失败。于是它们举手表决，选举了一只老鼠做元帅。新官上任三把火，鼠元帅很想展现一下自己的聪明才智，让同伴们觉得没有选错代表。为使自己显得与众不同，它找了几根木枝绑在头上做角。木枝在头上摇摇晃晃，看起来非常的威风。

老鼠们纷纷阿谀奉承。

“元帅，您真是威风！”

“光您的角就可以把黄鼠狼给吓跑了。”

鼠元帅听了非常得意，不禁在心里想象黄鼠狼被吓跑的样子。

不久，战事又起。可怜的老鼠哪里是黄鼠狼的对手。黄鼠狼大嘴一张，就吞下若干只老鼠，吓得其余的家伙纷纷逃命。鼠元帅还想指挥剩余的老鼠们继续顽抗，但是一见兵败如山倒，也就赶紧往洞的方向逃去。别的老鼠很容易地逃进了洞里，而鼠元帅因为头上有角被卡在了洞口，被黄鼠狼一口就吞下肚里吃掉了。

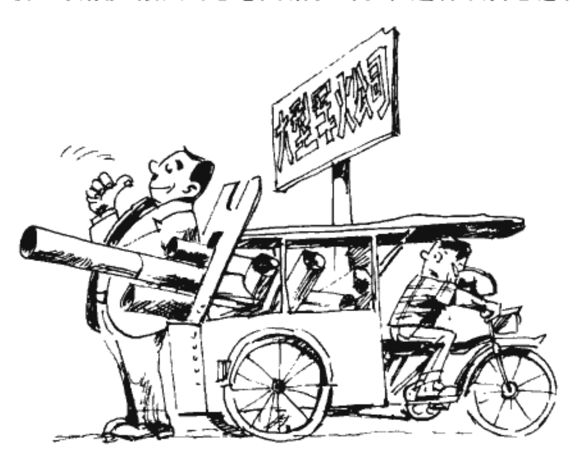
吃饱了的黄鼠狼打个嗝说：“如果你是一头狼的话，你不用打扮我也很害怕。但你只是一只老鼠，所以你注定了只是我的一顿美餐。你打扮得越漂亮，就死得越快。”

分 析

老鼠和黄鼠狼打架，本身就是再荒诞不过的事情。有句话说：“螳臂挡车，自不量力。”如果没有实力做好某件事情，那么即使把自己打扮得再有力量，也是白费劲。万通集团的老总冯仑说，万通的做法非常简单，即缩小规模，把那些该清理的东西都清掉，承认小买卖就是小买卖。这是一种正确的态度，但是恰恰为很多企业所缺乏。

理论延伸

那种要想生存发展就必须做大做强的思想是错误的。在这种经营思想指导下，企业常常



采取发展型战略进行盲目扩张。这在企业生命周期的高峰期会取得一定成果，但在低潮期就适得其反，后果不堪设想。企业只有选择最佳时机，采取谦虚冷静的心态，以真正的实力来迎接挑战，才能取得成功。

好的做法

怎样清除企业发展过程中的虚荣心呢？冯仑认为，要用常识来战胜常情。真正认清楚自己的企业是个什么状况，在市场竞争当中处于什么位置，面对报表，实事求是，然后把规模缩小，把那些多余的动作、多余的资产、多余的想法全部都割舍掉，事情就变得非常简单，接下来就会顺利地产生新的发展。在这个过程中，民营企业家要逐步地变成一个商人，而不是一个江湖大哥，更不是一个媒体上的企业家，而应该变成报表上的企业家。

不好的做法

全国工商联在国内21个城市进行的一次抽样调查显示，有70%左右的民营企业家不懂财务报表，90%以上的民营企业主不懂英语和计算机，大多数企业主甚至不看书，不看报。缺乏正规训练的直接后果就是民营企业容易虚骄自大、急躁、浮夸，忘乎所以地自吹自擂，最后遇到强劲对手的时候却一败涂地。

吹牛的山雀

——企业的发展不是吹出来的

一只山雀飞到海边，从来没有见过海的它非常好奇。看了半天，这个家伙突然异想天开，想要创造一个奇迹，便夸海口说要把大海烧枯！

全世界都被山雀这种奇怪的言论所震惊。海神的城里挤满吃惊的海底居民，它们还真的有点担心；鸟儿们成群结队地往海边飞，它们想来看看自己的同类变成了一个怎样的神仙，可以把海烧干；森林里的野兽也川流不息地跑过来，大家都想看海水怎样燃烧。人类也跑来了，手里还拿着一把银汤匙，想要享受美味无穷的万鱼汤。这样的筵席，连最有钱的百万富翁也没有吃过。

大家挤到一块，张大嘴眼巴巴地期望这场奇观尽快地到来。不时还有人说话："你瞧！你瞧！快看见海沸腾了！快看见海着火了！"仔细一看，是晚霞在燃烧。过了好长时间，大家感觉不对劲，不对头！海不但没有燃烧，甚至一点都不发烫！

吹牛的山雀灰溜溜地逃回了它的巢。

分 析

山雀想创造奇迹，许多企业也想创造一个发展的奇迹。在这样的心态下，战略就变成形式的、时髦的东西。

很多失败的企业都曾经预先计划10年、20年的发展，但这常常是毫无科学根据的吹牛。

最伟大的管理原则就是埋头实干，做好年度计划内的每一件事情。

理论延伸

企业家要分清“大”与“强”的关系，搞清楚“大”其实不等于“强”的道理。
一味地扩张规模固然能使企业“做大”，但也可能使企业在“变强”的道路上越走越远。

好的做法

华润集团作为一个国企，也面临着改革的难题。而且，随着世界经济进入“微利”时代，中国经济持续高速增长，市场竞争日趋激烈，华润也面临巨大挑战。华润没有空喊口号，而是强调“在找差距中获得发展”。他们从自身找差距入手，不断反省自己，完善自己，并再三强调：“有多大的胸怀干多大的事。只要我们埋头实干，形成不断找差距的文化和环境，我们就可以把国企改革的事业做好，把公司发展的基础打厚。”

不好的做法

近几年，中国有几个国企进入“500强企业”，这对中国经济发展是一个鼓舞。但在现阶段，中国为数不多的几家大企业，如联想、方正、远大等，与国际大企业，如微软、IBM、美国通用等相比，在资产总量、产品总量、销售总量、利润总量、产业地位、产品质量和品种等方面，均相差较远。所以，进入世界500强不应是绝大多数企业目前要争取的现实的目标，而是长远发展的方向和结果。在那辉煌的一刻没有到来之前，最好还是埋头苦干，而非哗众取宠。

乌龟、羚羊、乌鸦和老鼠

——团结就是力量

羚羊、老鼠、乌鸦和乌龟生活在一起，是一个小集体。羚羊头脑简单，当它独自游玩时遇到了猎狗，被逼进了猎人布下的陷阱里。到了吃饭的时候，还不见羚羊回家，聪明的老鼠对另二位说：“怎么回事，今天只有我们三位在一起用餐，难道羚羊已经忘掉了我们弟兄，还是它遇到了什么麻烦的事情？”

听了这话，最爱大惊小怪的乌龟马上伸长脖颈喊了起来：“唉呀，乌鸦赶快看看出了什么事情！”

乌鸦最讲义气，马上放下餐具展翅高飞。它从空中看到莽撞的羚羊正在陷阱里徒劳地挣扎。乌鸦马上回来向老鼠和乌龟报告了此事。三位朋友最后一致作出决定：马上前往羚羊出事的地点。

乌鸦和老鼠二位出发去救那只可怜的羚羊。乌龟十分想迅速前往出事的地方，只可惜自己的脚短，还背着个沉重的包袱，于是它就在后面慢慢地赶来。

当老鼠咬断了陷阱里的网结的时候，猎人赶到了。他厉声喝问：“谁把我的猎物放跑了？”老鼠闻声马上躲进了洞里，乌鸦则飞到了树上，羚羊也消失在树林丛中。倒霉的乌龟

刚刚赶到这里，遇上了气得要命的猎人，结果被抓到一个袋子里。

另三位伙伴又要拯救乌龟了。羚羊故意从躲藏的地方走出来，假装腿瘸，出现在猎人的面前，引诱猎人去跟踪它。猎人将沉甸甸的口袋扔到路旁追羚羊去了。这时候，老鼠趁机把扎紧口袋的绳结咬断，如此这般，老鼠又救下了猎人打算作晚餐的乌龟。

分 析

乌龟、羚羊、乌鸦和老鼠单独来看，谁都不堪一击，但是组合起来就是一个优秀的团队。企业要想顺利、高效地发展，优秀的团队至关重要。优秀的团队应该拥有能力互补的专家型人才，果断解决问题的决策人才，长于沟通与交流的交际人才等。如果成员虽有优秀的开发能力，但个个办事拖泥带水，没有紧迫感，也没有团结合作的气氛，就不能按时完成项目，势必造成人力、财力上的浪费。俗话说：“三个臭皮匠，顶个诸葛亮。”合作精神的缺乏，往往是项目失败的主要原因。

理论延伸

如今是信息爆炸、知识爆炸的时代，不再是个人打天下的时代。

因此，企业用人宁可用专业能力一般但能凝聚团队力量的综合型人才，也不用个人专业能力很强但沟通力差、配合度差、不懂得团结群众、不能整合团队力量的人。

好的做法

怎样培养项目内部的合作精神呢？团队中的每个人必须与另一个人结为伙伴，这样才能确保在出现紧急情况或是生病时总是有人代替，必须要有成员能够代替其他人以确保项目不是只依赖于一个人。并且团队成员之间权责要非常明确，使团队成员能够全心投入工作。团队必须以项目为重，没有一个人比项目更重要，每个团队成员必须全心全意做好自己分内的工作。项目的完成是所有团队成员的共同愿望，同时，也要明白团队成员的个人目标，并将其与团队共享，避免使人感觉只是一些成员在支撑整个团队，做到个人利益与项目利益捆绑在一起。要经常开碰头会、坦诚沟通，这在项目初期尤其重要。因为当团队成员在不同的场所工作时，会出现沟通的问题，没有其他的方式可以像面对面的会议那样避免误解的产生。

不好的做法

项目管理最忌参与者的不良竞争。这可能导致勾心斗角、相互拆台等问题发生。最后必将毁掉整个事业，给企业带来损失。

盲人选羊

——优秀的人力资源管理者

在市场上，来了一个盲人，据说他是来买羊的。所有人都等着看好戏，谁也不相信一个

盲人能从一大群羊中选出好的羊来。甚至有人恶作剧地把一只小狼放进去了。

盲人被领到羊圈出口，卖羊人将羊赶到他的面前。盲人一只一只地挑选小羊羔，奇怪的是，他虽然眼睛看不见，但挑出来的羊羔确实都是非常优良的。

这时，恶作剧的人故意把小狼递到他的手上去，盲人接过来，歪着头，摸了一会儿，说:“这不是一只羊，我也说不清楚这是什么，但我能肯定地说，这个动物不是什么好东西!”

周围的人大惊，便向他请教。盲人说：“你喜欢羊吗？你了解羊吗？你能像我这样不用眼睛而用心去看羊吗？这就是我的秘诀！”

分 析

选择什么样的人力资源管理者，是确保人力资源管理工作有效的重要因素。盲人选羊正是一个典型的人力资源管理的故事。

理论延伸

在企业组织管理中，实际上划分为两大范畴，一是人力资源的管理；二是生产力资源的配置和管理，或者称之为物质资源管理。

人力资源管理负责人肩负着对企业人力资源构造与管理的重要职责，掌握着一半生产力要素的控制管理权。因此，人力资源管理相当于企业管理的半边天。

好的做法

合格的人力资源经理应具备哪些基本能力呢？第一是公正、忠信、坚定勇敢的意志力，第二是对人性的正确、全面的了解以及广博的知识，第三是亲和力和优秀的人际关系处理技巧。一个优秀的人力资源管理者，就像是寻找千里马的伯乐一样，要具有天赋的才能、丰富的经验和全面的综合能力。因此，企业和组织必须重视对人力资源管理者的选拔并善待人力资源管理者。因为“千里马常有，而伯乐不常有”。

不好的做法

人力资源经理是典型的教练型领导。这种类型的领导除了要有相当的专业与管理知识、沟通技能、培训方法外，最重要的一点是要有无私的胸怀。能跳出一己私利，希望看到下属的成长，意识到自己的所为是为企业、为社会培养优秀人才，并为此而骄傲。人力资源经理如果心胸狭隘，容不得比自己还有才华的人，那么他就不是企业的掘宝人，而是一块挡路石。



贪心的牧羊人

——重视员工的先天气质

牧羊人捡到几只小狼崽子，别人劝他立即杀死这些小狼。但是他拒绝了，还很细心地抚育它们。他的主意是养大了它们，不仅可以保护自己的羊群，还可以去把别人的羊抢来给自己。

有人讥笑他说："大家都选择狗来保护羊群，你的想法很别致，我看你的选择恐怕是错了。"

不久，那些小狼崽长大了。让他意想不到的是，这些狼首先趁机咬死了牧羊人自己的羊。牧羊人看着满地的残骸，悲叹地说："我真活该！我为什么还去喂养这些小狼崽呢？我真正受到惩罚了。"

分 析

人才的选择要按照职位的要求进行，不要指望不具备该项素质的人能够担负起责任来。就好像歇后语里所说的："孙大圣守桃园——监守自盗。"当然，更不能指望具有反面气质的人能够做好正面的工作。

因此，公司招聘员工要重点考察员工的个人素质，后期的培训固然能够提高员工的素质，但是员工先天的素质已经在很大程度上决定了他今后的水平。

因此，一定要招聘龙凤般的员工，宁缺毋滥，不要指望招一个本身就没有发展前途的人进来，然后通过培训来达到自己的要求。

理论延伸

企业对人才的招聘、培训、管理好像画画，要知道在宣纸上绝对不可能画出油画来。所以，人事管理的第一要点就是选准对象。

好的做法

公司的发展离不开优秀的员工，因此，企业招聘必须注重员工的综合素质。在招聘和录用中，企业要详细考察人的素质、潜能、品格、学历和经验。一个正规的公司必须有严格的面试流程，一般来说，一个应聘者必须经过人力资源部、业务部门的主管等多个环节的面试。为了保证招聘质量，企业还应该对所有的面试考官进行培训，合格者才能获得面试资格，而且每年都应对面试考官进行资格年审，考核把关不严者将取消面试考官资格。

不好的做法

如果企业没有投入足够多的时间和精力，没有遵照一套系统化的招聘流程，那么这种草率的招聘会使企业来不及反应就坠入常见的招聘陷阱之中，给自己带来不必要的高昂代价。比如，企业在招聘中往往犯被动反应的错误，招到的人才无法应付企业将来会遇到的挑战；或者招聘来的人实质上并不符合自己的要求，即使花费很多精力培训，也达不到要求。

财主和猴子

——强扭的瓜不甜

有个财主养了一只小猴子。猴子很机灵，常常在财主心情不好的时候逗乐他。因此，财主非常喜欢它。

有一天，财主对猴子说："我不能把你当作愚蠢的动物看待，我觉得你有一般人都不具有的聪明头脑，所以，我要把你像家人一样对待。"财主命仆人为猴子准备了很漂亮的住房、华丽的衣服，还有精致的鞋子，他甚至请了一位先生来教导猴子各种人类的礼仪。

猴子被要求不能在树上爬来爬去，不能光着脚到处跑，必须穿戴整齐的衣冠，像人一样彬彬有礼。如果违反了规矩，就要受到惩罚。终于，有一天，财主家里的猴子不见了，只留下一堆被撕破的衣服碎片。财主生气地说："不识抬举，真是天生的下贱！"

分 析

企业对员工不能像财主对待猴子一样，因为自己的喜好就强迫后者改变自己的天性。企业要尽力发挥员工的天性。

外企为了缩短员工能力和公司需求之间的差距，通常采取"放水养鱼"的方法，使员工迅速成长起来。

他们认为通过严格的招聘程序进入公司的人，都是具有高素质、高能力的，应该给他们提供一个自由发挥个人能力的场所，而不是强迫他们改变自己的行为模式。

理论延伸

职业生涯规划不仅为员工架起了成长的阶梯，而且使公司的发展获得永不衰竭的能量。

这种方法对员工自我认识的培养起到了很好的作用，使员工认识到自己的实力和在企业中的位置，提高了员工的士气，减少了人员流动，为企业稳步发展提供了一个好的平台。



好的做法

朗讯就推行这样的员工职业生涯规划：当一名新员工进入公司后，部门经理必定与他进行一次深入的长谈:来到本公司后，你对个人发展有什么打算，一年之内要达到什么目标，三年之内要达到什么目标；为了实现目标，除个人努力之外，需要公司提供什么帮助。在朗讯，这已成为一项滚动发展制度，每到年末，部门经理都要和员工一起对照上一年的规划进行检查，制定下一年的规划。

不好的做法

员工是活生生的、有思想、有头脑的人，企业不可以忽视这一点。企业不能把员工作为替自己赚钱的工具，在把人才招纳进来之后，就对他们进行强制性的、违反其个性的训练，只要求能赚钱，不顾其长远发展。这样的企业，即使以高薪来吸引人才，也不能把他们长期留下来。

蜘蛛和燕子

——企业的等级和公平

据说，神王朱庇特根据世间精灵修炼的深浅程度将它们变成不同的生物。因此，世间就有了竞争和杀戮。人可以杀死一头狮子，大鱼可以吃掉虾米，而弱小的生物除了逃命以外，别无他法。

有一天，一只蜘蛛被燕子抢去了食物，愤愤不平地抱怨道：“啊，神王朱庇特，请你听听我对你的倾诉吧！一只苍蝇刚刚要飞往我的网中来，燕子就在我的面前抢去了我快要到手的食物。我知道它比我官高一级，但是它也不能仗势欺人啊！”

朱庇特说：“蜘蛛你和其他的飞虫相比，你要更加灵活狡猾，也更加机智聪明，你捉尽了一切入网的倒霉蛋。事实上，你因为自己的努力，所以强大有优势，燕子也是如此。只是因为你们努力程度的不同，所以才产生这样的结果。而我是按照你们自己的业绩给予你们不同的回报。如果我对你特别优待了，就破坏了我亲手缔造的公平的原则。”

分 析

自然界有其等级制度，对每个动物都是一视同仁。企业里也有等级制度，而且在某种程度上促进了内部的竞争。

只有竞争的紧迫感才能促使企业的岗位能者上，劣者下，只有能者居高位，才能够为企业不断地创造效益。

而领导者要做的就是允许内部竞争机制的存在，而不能因为自己的偏好而施手干预。

因此，朱庇特是一个不错的领导人，至少保证了“企业”内部竞争的公平性。

理论延伸

妨碍等级制度发挥良好作用的还有“功臣心理”。其实，即使是曾经的“功臣”，如果

不能适应现今企业发展的需求，也不应继续占据企业的关键岗位。

有鉴于此，只有不重资历重实力，依靠实力确定职位、建立破格提拔制度，才能彻底化解员工“不求有功但求无过”的消极心态，从而激发员工的积极性、主动性和创造性，有利于人才脱颖而出。

好的做法

海尔的用人政策的核心就是不以一人而牵累整个企业。事实上，现在很多企业都逐步实施竞争上岗制度，确保企业内部如同活水一样具有流动性。管理者凭借自己的能力才能获得自己的位置，如果能力、业绩削弱，就必然导致自己的离职。

不好的做法

一份最新的调查报告显示，当代中国的民营企业，92.7％的业主同时又是企业的管理者。家族式企业管理的一大弱点就是领导人在进行内部管理时难免对亲戚手下留情，这样，就使等级制度带来的竞争失去了本来的效力。

财主的奖励

——激励手段的落实

财主的放羊人赶着羊群到村外很远的地方去放牧。狼来了，他大声向村里人呼救，村里人急忙跑来。狼看到这么多人拿着武器赶来了，就匆忙地跑了。

放羊人领着村民到财主那里去，打算为他们请功。谁知道财主听了他的报告之后，冷冷地挥挥手说：“我以为什么大不了的事情。不就是赶走了几只狼吗？这种小事情也跑来请功领赏？”村里人没有受到奖赏，反而被他嘲讽，便气愤地走了回去。

后来，狼又来了，窜入羊群，大肆咬杀。牧羊人对着村里人拼命呼喊救命，但是大家一想到财主的嘲讽，就没有人愿来帮忙了。结果，财主的羊群全被狼吃掉了。当财主得到消息赶来时，看到的只是满地的残骸。

分 析

不懂得给予村民激励的财主，最后所收获的是满地的残骸。对于企业来说，激励同样是必不可少的。激励是企业提高员工工作效率的重要手段之一。它包括口头的表扬，也包括物质的奖励。激励，是对员工的努力进行嘉奖。

员工的各种行为都有一定的动机，而动机又产生于员工本身的、强烈要求满足的需要。如何满足这些需要、激发动机、鼓励向上，形成动力，这就是激励管理所要履行的职责。

理论延伸

激励管理的一项重要工作，就是运用激励“处方”，促使员工的动机更加强烈，释放潜在的内驱力，为实现组织目标和个人目标而努力。

激励本身就是一种许诺，因此，在员工努力之后，必须对他们的行为进行表彰。

好的做法

激励是企业管理的重点，它对于调动员工的潜力，努力实现组织目标具有十分重要的作用。同样一名员工，为何有时积极努力、干劲冲天，有时又心灰意冷、消极怠工？如果从激励的角度去分析，就能找出原因，并采取适当的激励手段解决这类问题。激励管理是企业管理的重要方式，一个对员工的业绩不奖赏、功劳不表彰的组织，必定是贤愚不分、是非不明、优劣不辨的组织。在这样的组织中，员工的荣誉心理和精神动力可能会逐渐丧失。因此，及时而科学地表彰先进、激励优秀员工，关系到组织活力环境的营造。

不好的做法

在传统企业中，激励管理往往不能落实。寓言中所指出的不予奖励只是其中一种，还有一种现象就是企业重视员工对上司的“忠诚度”远重于员工本身的工作能力和效果。对上司“忠诚”者频频受到重视、嘉奖、晋升；有能力者反受冷落。于是，企业的“激励机制”所激励的不是员工的工作热情，而是结派系、搞摩擦的“积极性”，最终形成了人人混日子的可悲状态。其结果就是有能力的员工不再为企业发展出力。

逃跑的马

——给员工发展空间

英勇的士兵有一匹千里马，没有人不羡慕他。在战争之余，他总是精心地照顾这匹马。他喜爱它到了一种病态的程度，到最后，他居然舍不得这匹宝马去上战场。

有一天晚上，他发现马不见了，于是发疯般地去找，终于在一条小路上找到了逃跑的马。

士兵冲着马大吼：“你这个忘恩负义的家伙，我待你不薄啊！我精心地照顾你，小心地保护你，甚至不让你上战场去拚命，可你为什么要舍我而去呢？”

马儿平静地回答道：“马儿生来就是要奔驰，要冲杀。你给我的安逸，并不是我想要的。”

分 析

企业总是竭力挽留优秀员工，其手段常常是用提高物质待遇的方法来弥补精神待遇的不满。

但是，正如寓言中的马儿一样，这是得不偿失的，久而久之，公司的薪酬管理有可能陷入恶性循环。物质待遇甚至可能成为员工讨价还价的本钱。

因此，“厚待”员工除了显示企业求贤若渴，并不能解决实质性的问题。

理论延伸

在物质上过于厚待而忽视了其他因素只有两个结果：

一个是员工在优越的环境里沉溺下去，丧失了拼搏精神；另一个就是员工去寻找更能发挥自己能力的企业，哪怕这个企业的物质条件并不是很好。

好的做法

要搞清楚优秀员工的真正需要。他们的离职往往不是待遇的问题，而是对公司的目标缺乏认同，对管理方式不满。另外，缺乏个人成就感也是相当重要的因素。说到激励，很多人会想到晋级、加薪，但仅靠晋级、加薪并不一定能有效激励员工，企业必须使优秀的员工融入到企业的发展事业中来。这样，虽然使这些优秀员工压力加大、负荷超重，但是能够让他们有成就感。

不好的做法

很多企业都是“求贤若渴”，一旦求到了人才，就高高地供起来，用高薪、住房、福利来挽留人才。但是，他们犯了一个根本性的错误，就是人才需要的是有挑战性的工作。人才更需要工作的胜任感、成就感、责任感、受重视、有影响力、个人成长和富有价值的贡献。

鹭鸶教子

——不要对员工太苛刻

长颈骄傲的鹭鸶，带着孩子出外捕食。它教育孩子说：“你作为高贵的鸟儿，要注意捕食营养丰富的东西，不要去碰那些下等的食物。”

小鹭鸶捕到一条冬穴鱼，鹭鸶妈妈脸上浮现出不屑一顾的神情：“吃冬穴鱼？堂堂鹭鸶，吃这样差的饭菜？”小鹭鸶只好抛下冬穴鱼，继续去捕食。放走了冬穴鱼后，它又游了过来。鹭鸶妈妈制止了孩子冲动的举止，训斥道：“鱼这没味道的东西怎能让你去动嘴？”按照鹭鸶母亲的理论，除非是捕到硕大的黑鱼，否则都不能令它满意。

这种要求可是为难了小鹭鸶，不过严格的母亲不打算降低要求。所以，它可怜的孩子东奔西走，一直忙到夕阳西下，也没有捕到合适的猎物，只得空手而归。

分 析

企业不应该对员工过于挑剔，最精明的老板就是最随和的老板，过于苛求就像寓言中鹭鸶教子一样，反而会一无所得。

如果对员工要求太高，可能对他们形成强大的压力，反而妨碍了他们正常发挥自己的能力。

3M前总裁威廉·麦克奈特在1941年说过这样一段话：“错误总是会有的，但如果一个人最终是正确的，那么他或她犯的错误就长期来看，就不如一个独断专行并要求手下员工的工作不能越雷池一步的管理者所犯的错误严重。

“过分苛刻的管理层会扼杀创意，而如果我们要继续增长，有创意但是会犯错误的员工就必不可少。”

理论延伸

人无完人，瑕瑜互见，世界上根本没有样样精通的全才，任何一个身心正常的人都有所能，也有所不能。

允许其犯“合理的错误”，切忌求全责备。尊重、理解和信任是实现企业高效率运作的有效保证。

好的做法

1953年，3M公司的一位实验室助理不小心将一些化学荧光冷却剂溅到了自己的工作鞋上。这是违反规定的行为。无论她如何清洗这些污渍，仍旧无法洗掉。她突然灵机一动：如果水无法渗透这些污渍，那么这种冷却剂就可以作为防雨材料。防水布就这样诞生了。

不好的做法

许多老板之所以无法充分地利用员工的才能，就是因为他们给员工的待遇、条件过于苛刻了，而苛刻的条件会伤害员工的忠诚之心。其实，一切事业成败都取决于做事的态度，同样一件工作，机械地去做与开动脑筋倾注全部精力去做效果是截然不同的。如果一个老板对下属要求过于苛刻、无情无义，那么他的雇员一定是以机械、敷衍的态度从事自己的工作。到最后，老板不得不降低自己的要求。

树枝幕后的功臣

——重视企业所有的员工

秋天到了，树枝上挂满了累累的果实。农夫到果园里来，总是情不自禁地对着沉甸甸的树枝高兴地说：“今天，树枝上挂的果很多。”然后，又说很多赞美的话，并引起了所有人对树枝的注目。

树枝日渐自满起来，每天摇头晃脑，自鸣得意，并且对树根不断冷嘲热讽，指责树根不向上发展，自甘堕落。

它对于其他的伙伴，比如树干等也开始不客气起来。它指责它们自甘堕落，不像它那样努力奋斗，开花结果。

听了指责，树根很平静地对它说：“你不要忘了，大地是你的基础，你的支撑。没有大地吸取、输送能量给你，你什么果实都结不成。你不能独占荣誉，不要忘记给予你帮助和合作的大地。”

分 析

正如寓言中所体现的那样，最基本的东西往往是最重要的。然而，大多数公司的最高管理层只关注那些职位高或者价值高的中层干部，中层干部只关注那些骨干员工，对于那些在

基层岗位上做着普通工作的员工可能就没有人去更多地顾及。

而基层员工是活跃在公司中最大的群体，他们承担了公司中最多的工作量，如果对他们失去关注，将会直接影响到公司的长远发展。

理论延伸

按照80/20原则，公司中的20%的员工创造了80%的价值，但是，这20%的员工踩在80%的人的肩膀上。

好的做法

精明的管理者会恰当地处理好与骨干员工以及基层普通员工的关系，他们重用核心人员、骨干人员，但不过分亲密；对于处于自己下层的基层人员，找出机会和时间与他们拉近关系，鼓励他们、关心他们、感谢他们，和不同的人员保持“适度距离”将有助于整个人际关系的和谐与平衡。

不好的做法

靠发号施令和权威来管理基层员工将会失去民心。心理学说，人只有发自内心地愿意那样去做，才能发挥出最大的才能，否则都是应付而已。认为付给了薪酬，就卖身给企业的观点是绝对错误的。在这种心态支配下，企业不会重视基层员工的努力。而不被认同的基层员工不会有更高的工作激情。如果基层员工做出成绩了，管理者没有什么表示，没有物质激励，就连几句勉励的话都没有，员工肯定感觉不到重视，不被重视的人是不会认真工作的。

受歧视的驴

——物尽其用，人尽其职

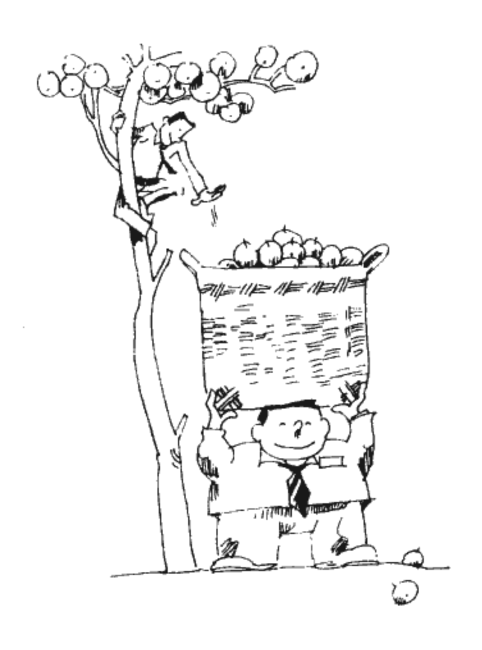
驴在森林里是最受歧视的动物，因为它没有健硕的身体，也没有智慧的头脑，只有粗哑的嗓门。如果它能够知趣地闭嘴的话，也许别人还能忍受它的呆蠢。但是，它似乎天生以打扰别人为乐事，总喜欢放声大叫。

前任国王非常讨厌它，让它到王国的最边上去过日子，免得干扰动物们的生活。驴在森林边缘郁郁地生活着。

很快，它时来运转了。当新国王上任的时候，王国发生对外战争。己方的号兵总是不能让国王满意，最后，老山羊提出让驴来当号兵。理由是它的嗓音不但洪亮，而且能够干扰敌人的情绪，最重要的是，驴天生就喜欢吼叫，号兵这个职位可以让它尽情地发挥特长。

分 析

聪明而有远见的企业家会从寓言中受到启发：在普通员工身上发掘其专长，以致能够做到知人善任，人尽其才。



在这些企业家看来，即使是反面的教材和反面的人物，只要放到合适的地方，就能够发挥正面的积极的作用。

每份工作，都有一个最符合其需要的员工可以胜任。企业家的任务，就是要找到这个人。

理论延伸

企业经营是个系统工程，岗位的多元化要求人才的多元化。也正是由于人资质的不同，才要求企业安排岗位时尽量做到适才适位。一个在产品设计上有过人之处的人可能是一个蹩脚的管理者、拙劣的推销员，反之亦然。如果乱点鸳鸯谱，才不适位，不仅不能发挥其特长，反而造成隐性资源的浪费。

因此，用人之前先识人，企业须按能力、个性、兴趣、经验等几个指标全面考察拟用人才，在此基础上，因人定岗，合理安排人才的岗位。

好的做法

企业必须建立科学的用人机制。人力资源管理最具挑战的工作就是让某个人去做他最能胜任的工作。现代企业的员工看重个人的自我实现，更喜欢做个人感兴趣、能发挥特长和体现自身价值的工作。因此，各级管理人员要学会因材施用，使员工和工作能得到最合适的搭配。

不好的做法

某些企业非常重视关键员工的岗位分配，但是对于普通员工的安排则是依靠主管者的直觉来办事。企业在人力资源管理上没有形成一个科学合理的系统，就不会做到人尽其才，反而会导致人力资源的浪费。企业内部坐冷板凳的员工多了，必然会导致员工的外流。员工外流程度加大的结果就是企业人力资源管理系统发生整体危机。

宙斯和猴子

——把类似的员工放在一起

宙斯很讨厌猴子。他认为，一群叽叽喳喳的家伙聚在一起，除了吵吵闹闹，什么美德也不能产生。基于这种考虑，他把猴群分拆开来，让它们不再具有群居的特性，而是把独居的意识植入猴子的大脑。宙斯希望猴子能和其他动物，比如山羊、野兔、天鹅等，多加来往，受到那些动物的良好影响。

猴子离群之后，开始和其他野兽杂居。缺少了群体温暖的猴子要么搞恶作剧，要么搞破坏，把森林弄得一片混乱， 给其他的动物带来了极大的干扰。动物们恳求宙斯让猴子回到老样子，恢复森林本来的秩序。宙斯只好让猴子又聚在一起。

其实，猴子聚在一起，是自得其乐，爱吵闹不过是它们的习惯罢了。宙斯完全不必如此多事，把猴子放到与其秉性完全不同的物种中去，那只能增加大家的烦恼。

分 析

聪明的企业领导应像宙斯那样，把具有相同气质的人安排在一起工作，因为企业内部有所谓的“非正式组织”，这是一种文化社区，是由那些具有某种共性的人无形中组织起来的。比如说，来自同一个地方的人，从同一所学校毕业的，或者是同一个工作系统中具有相同爱好的人，在日常交往中无形地聚集成了一个小团体。公司在一定的文化基础上，可以鼓励各种自发、非正式的交流沟通渠道。这样有利于减少员工之间、部门之间的误解和隔阂，形成一种积极而和谐的人际关系，增强企业的凝聚力和创新能力。

理论延伸

非正式组织具备了一定的条件和环境后，会对企业产生影响，而且这种影响可能会甚于正式组织的影响，因为它根本不能被企业所操控。

尽管非正式组织与正式组织之间没有任何必然的联系，但任何一个企业的正式组织都会受到非正式组织的影响。因此，必须处理好二者的关系。

好的做法

企业之于非正式组织的态度不应该是利用，而是倾听。比如，员工组织老乡会、同学会或者某某爱好者协会。企业在确认其不会妨碍工作效率的前提下，应该给予支持和谅解。员工在非正式组织中往往能够得到舒缓压力、发泄情绪的机会，这对于企业的工作事实上是有益无害的。企业最好的处理方法就是允许非正式组织的存在，甚至可以将员工安排到离非正式组织较密切的工作岗位上去，促进彼此的沟通交流，自然就能提高工作效率。

不好的做法

事实上，企业与非正式组织的关系有点像谈恋爱，不是做情人，就是做敌人。处

理好这个关系的关键在于企业领导层的态度和处理方式。某些企业把非正式组织混同于企业内部的拉帮结派，加以阻止，这会造成反效果，导致员工的离心离德。

吃鸡的猫

——该怎样对待员工的优缺点

村子里总是有很多的老鼠，这些窃贼非常的猖狂，大白天就成群结队、招摇过市，根本没有把人放在眼里。由于没有良猫，这些家伙简直是无法无天。

它们盗取粮食，偷食菜油，让居民们难以忍受。于是，有个女人回娘家的时候，向娘家附近庙里的老和尚借来了一只非常能捕鼠的老猫。这只猫，眼如铜铃，须如钢针，动作敏捷，可谓是老鼠的“死神”。

女人高高兴兴地带着猫回家。刚刚到家，这只猫就闻到了老鼠的气味，不等主人吩咐，马上开始执行自己的“公务”。它上蹿下跳，左扑右抓，吓得老鼠慌忙逃命。

半夜里，只听得一声声的惨叫；墙根下，只见一条条老鼠的尾巴。不到一个星期，村子里再不见老鼠的踪迹，村民们十分高兴。可不久，他们又多了一层烦恼，因为这猫不但吃老鼠，偶尔也偷鸡吃。

老鼠彻底捕光之后，村民们催着女人把猫送了回去。“死神”一走，老鼠们像是天然的雷达，一旦闻不到猫的味道，马上就从山林里回到了村子。村民们无奈，只好又请回了老猫。和尚微笑着说了一句话：“明镜虽有尘，但不妨碍它的光彩。”

分 析

明镜虽有尘，但不妨碍它的光彩。领导者对人才同样也不可苛求完美，任何人都难免有些小毛病，只要无伤大雅，何必过分计较呢？最重要的是发现他的优点，看他能够为企业带来怎样的利益。比如，美国有个著名的发明家洛特纳，虽然酗酒成性，但是福特公司还是诚恳邀约，最后此人为福特公司的发展立下了汗马功劳。

理论延伸

人力资源管理专业人员要具备慧眼识才的甄别能力,要能够容人之短、用人所长。

每一个人都有自己的长处和短处。用人要扬长避短、扬长补短。切不能因别人有短处,就用挑剔的眼光去盯住他的短处,夸大他的短处。而应该把人才放到最能发挥他的长处的岗位上去。

好的做法

现代管理学主张对人实行“功能”分析：“能”，是指一个人能力的强弱，长处短处的综合；“功”，是指这些能力是否可转化为工作成果。结果表明：要宁可使用有缺点的能人，也不用没有缺点的平庸的“完人”。

不好的做法

某些企业在用人之际会容忍某些员工的缺点，但是一旦渡过难关，马上将其炒鱿鱼。这种另类的“扬长避短”很让员工寒心。一次两次还不会有人反弹，时间长了，这一套就会失去效力。长此以往，企业将会失去内部凝聚力，员工也会离心离德。

逃过劫难的蚂蚁

——有付出就会有回报

在一个炎热的夏季里，有一只蚂蚁爬上大树，想找片树叶睡个凉快的午觉。可是，一阵狂风吹来，可怜的蚂蚁连着树叶被风刮落到池塘里，危在旦夕。树上有只善良的鸽子看到这情景，大发善心，叫道：“好可怜的小蚂蚁噢！去帮它吧！”鸽子赶忙飞了下去，将叶子叼了起来，轻轻地放在地上。蚂蚁得救了，心中非常感动。它想：多亏鸽子的救助啊！

蚂蚁牢记鸽子的救命之恩。过了很久，有位猎人来了，恶狠狠地四处搜寻猎物。聪明的动物都躲起来了，只有善良的鸽子还大意地站在树上。猎人发现了它，用枪瞄准，但是鸽子一点儿也不知道。只有小蚂蚁在暗处看到了一切。它想，报恩的时候到了，怎么也不能让鸽子受到猎人的伤害。蚂蚁爬上猎人的脚，狠狠咬了一口。“哎呀！好痛啊！”猎人一痛，就把子弹打歪了。

鸽子逃过一劫，希望报答蚂蚁的救命之恩。蚂蚁谦虚地说：“我今天能够救你，是因为你当初仁慈的举动。有付出就有回报，所以请你感谢你自己吧。”

分 析

现实生活中，企业和员工之间的关系就像鸽子和蚂蚁的关系一样，应该是一种互益的关系。企业追求利润，当然也要关心员工的生活保障；员工关注自己的工资，关注企业对自己的重视程度，也必然根据自己的判断来指导自己的工作。这种互动要么是两者良性的回应，要么就是恶性的循环。后一种不好的情况大多数是因为企业把员工当作赚钱的机器，忽视对员工的保障责任而导致的。

理论延伸

老板与员工的利益结合很紧密。一个老板如果手下有一批得力的员工，相当于平添了一笔巨大的资本；一个员工如果能帮助老板开动脑筋，做大生意，那么无疑也会使自己赚得更多的薪水。

总之，老板给员工以优厚的待遇和无微不至的照顾，员工也必然心存感激，在工作上竭尽全力，努力使老板的业务大大地发展起来。

好的做法

世界著名的西门子公司跨越三个世纪，历经近160年而长盛不衰，创造了许多世界第一，为人类的物质文明与科技进步做出了巨大贡献，它依靠的就是来自世界各地的

优秀人才！西门子的创始者维尔纳·冯·西门子引进了许多超前的社会福利制度，包括1872年实施的公司养老抚恤基金方案；每天9小时工作制，以及1866年开始实行的利润分享方案，即所谓“股权分红”。西门子为员工提供补充住房公积金，本来应该由员工交的部分款项也由西门子公司统一交付，体现了对员工的关心。西门子还为员工提供补充医疗保险，除了正常的社会保险、医疗保险外，西门子还购买了其他的医疗保险、生命保险，充分体现了西门子对员工工作与生活无微不至的关心。若员工遇到意外的经济困难，比如买房需要很多钱，比如员工的亲属患病，西门子都会慷慨解囊，帮助员工渡过难关。

不好的做法

许多企业的老板从未意识到，他们事业的成败兴衰系于员工之手。这些老板错误地认为，自己与员工之间就是简单的雇佣关系，员工的忠诚与效力是可以用金钱买来的，只要有一张毫无感情的用人合同，就可以解决一切问题了。殊不知，老板要实现自己的最大利益，还要以员工的利益为基础；同样，员工的利益也要建立在老板利益的基础上。

大象的战争和蚂蚁的草

——企业里人人平等

从前大象和犀牛为争夺统治帝国的权力，相约到决斗场去一比高下。在开战之前，有人告诉说，神王的使者马上就要到森林里来。但是，谁也说不清楚，尊敬的使者有什么任务。

骄傲的大象以为使者是来觐见自己的，神王肯定是让它来表示支持自己的。可是这使者却只字未提将要发生的争斗。傻乎乎的大象很奇怪，但它并没有那种惺惺作态的性格，于是就直接地说：“不久，神王将看到一场最为空前绝后的战斗，这场战斗将为历史写下最辉煌的一笔。”

“什么战斗？”使者一脸的迷惘。大象接口说：“怎么？你难道不知道吗？我们象的王国已向犀牛国宣战了。我要打倒它们，树立起我们象族的权威。难道，神的天国不知这件事情吗？”

使者解释说：“在我们广阔的天国里，好像还没有谁说起这件事情。”

大象真是又羞愧又惊奇，尴尬地问道：“那么请问你到我们这里来是做什么事呢？能劳动您的脚步，一定是件很重要的事情吧？”

使者平静地说：“哦！我来这里是为几只蚂蚁分一棵草。神认为不论大小，都应当受到重视。关于你提到的那件事，在诸神参加的会议上现在还没有涉及。在这些神的眼里，大小动物一律平等，没有两样。”

分 析

等级制度并不妨碍企业内部的平等。平等的关键含义在于企业内部的每一个人，从行政管理人员到销售服务人员再到技术开发人员，都有公平的发展机会。

企业必须为他们的发展与成长提供同等的权利。这就是等级与平等的辩证关系。

理论延伸

制度建立在公平的基础上，企业用人必须建立在制度的基础上。好的制度将更加完善地维护公平竞争的机制。

好的做法

创始于1816年的法国安盛集团，是世界著名的金融保障及资产管理机构，它在全球拥有13万名员工。在安盛的经理人发展蓝图上，一开始就给每个人两条路供选择。你可以上“管理发展阶梯”，也可以选择“业务发展阶梯”。这两个阶梯都分成几层：顺着管理阶梯你可以成为助理营销经理、营销经理、分区经理，直至区域总销；顺着业务发展阶梯你可以从业务专员到业务经理，再到高级业务经理。仅仅分了两个阶梯还不够，还要从待遇上使两条道路上的人平等。也就是说，针对这两个阶梯设计了两种不同的薪酬体系，确保两个阶梯相同层次的人都有相等的收入。管理阶层要对下面所管的代理人进行招聘、培训，因此他的收入和下面人的业绩有直接关系。业务阶层的人没有下面所管理的人的业绩做支撑，全靠自己的收入，在设计时就突出多劳多得。通过这样独特的设计，企业内部不同层次的员工都赢得了发展的平等权。

不好的做法

企业的员工虽然有等级差别、能力的高低，但是他们都是企业的一员，都应该平等对待。某些企业单纯推行等级制度，以等级来区分对员工的重视程度，这实际上形成了对员工的歧视。不是以人为本，而是以官为本。企业盲目崇拜官职，而不重视企业发展的基本动力，即基础员工。

逃跑的狼

——领导应与员工共进退

狮子想要扩大自己的领土，于是计划对邻邦发动一场战争。在它的咆哮下，所有的动物都被迫向它效忠，表示愿意为了它的荣誉而战。即使狡猾如狐狸这样的家伙，也不敢生出开小差的心思来。谁都可以看出，狮子的怒吼是真的。

戏剧性的是，狮子分配完任务，把大大小小的动物都派上了战场，自己却回到山洞里休息。狮子刚刚转身，狼就准备偷偷地溜走。狐狸问它怎么胆敢违抗狮子的命令，狼低声说：“除非它愿意率领我们一起死，否则我可不愿意给这样的国王卖命。”

分 析

企业领导必须与员工同甘苦、共进退，让他们知道你很感激他们每个人的努力工作，这对团队是莫大的鼓舞。

切不可像寓言中的狮子那样逃避责任，同时，只有在一线工作，才能更及时、详细地了解情况。

理论延伸

郭士纳说："伟大的企业不是管理出来的，而是领导出来的。领导必须身先士卒，亲自参与解决问题，并且经常在一线出现。"

好的做法

韩国企业成员被公认为是非常勤奋的员工。长时间劳动不仅适用于普通劳动者阶层，而且在高层经营者和一般管理者阶层中也同样适用。早上7点召开干部会议，晚上8点以后下班的企业比比皆是。韩国企业界的大力倡导和经营者身先士卒的表率作用，使得认真的工作态度和勤勉的劳动意识已经成为韩国企业文化的一个重要特征，因而勤奋成为韩国劳动者普遍具有的劳动素质。韩国企业的成功与此密不可分。

不好的做法

企业雇佣了职员，并不意味着他们成为你能说话的机器。即使他们真的是机器，也需要你首先变成机器，为他们做出榜样。但是，许多企业领导者怀有一种踩着员工的业绩往上爬的想法。他们推崇"一将成名万骨枯"的理念，认为员工为他们的成功做牺牲是理所应当的，而他们正是躲在安全地点遥控竞争，等到胜利之后下山摘采胜利果实的人。

骗子的诺言

——企业的诚信问题

有个人卧床不起，病情十分严重，他绝望地祷告众神，说若能使他病愈，他一定奉献一百头牛。众神想试验他一下，便用灵丹妙药使他康复了。他病好下床后，没用真正的牛来酬谢众神，而用面团做成了一百头牛，放在祭坛上烧了，并念念有词地祷告说："诸位神明，请接受我所许下的承诺吧。"

这时，众神们认为他用骗术亵渎了神灵，便在晚上托梦告诉他，要他到海边去，说在那里可以找到一千块钱。他醒来后高兴极了，就往海边跑去。结果在那里遇到海盗，被他们抓去卖了，卖了一千块钱。

分 析

"诚信"是企业生存和发展的无形法宝。食言的情况其实在企业的上下级之间随时都在发生。当然，食言者最终会遭到惩罚，就像寓言中的人一样。

但是，上级食言比下级食言对企业的危害更大。因为下级对上级没有直接约束力，如果上司食言，下级很可能敢怒不敢言。

如果员工普遍都对上级持一个食言的预期，就不能全心全意地为公司工作。

理论延伸

企业文化的难处在于不仅仅公司高层要恪守承诺，而且要教育公司所有的上级在面对下级的时候都要恪守承诺，包括各种明言的、暗示的承诺，摒弃着眼短期利益的机会主义行为。这听起来很像革命时期的一句老话：重要的是教育干部。

好的做法

领导者必须重视培养自己的个人信用，比如说什么时候加薪，说了之后一定得兑现。失信于员工是对员工的最大伤害。说到做到，是对自己的行为负责，也是对员工负责。要注意：第一，不要轻易许愿，但是许的愿无论怎样都要实现，不能让员工失去对领导层的信任。第二，不要许那种空洞的诺言，应该从员工的实际需要出发，比如薪金、休假、医疗、培训等方面，给员工一个实际的期待。第三，聪明的管理者不会一开始就许很多愿，那样提高了员工的期待值，又增加了自己的负担，得不偿失。

不好的做法

企业食言主要有两种原因：贪婪和迫不得已。前一种表现为在事成之前明知许诺不可能兑现，但为了完成任务就夸大许诺，让员工为其卖命，等到完工之后再想办法开掉员工。第二种是老板许诺时，只是就发展来考虑，没有把可能遇到的困难考虑在内，然而在事情发展过程中，困难偏偏发生了。其直接后果是员工的期望落空。长久下去，企业的信誉下降，员工都会离心离德。

年轻人和羊

——员工的忠诚来自企业的关爱

有一个青年人养了一群羊，羊儿很听话，他走在前面，羊就在后面跟着他，再后面跟着懒洋洋的牧羊犬。有人开他玩笑说：“这些羊之所以跟着你跑，肯定全凭你的牧羊犬吧?”这青年一听这话，立即把牧羊犬关进了屋里，自管向前走去，并且一会儿左、一会儿右的。那群羊呢，却一步不离跟着青年忽左忽右地跑，一点没有离开青年的意思。

开玩笑的人不禁奇怪地问：“年轻人，这是为什么？”

“因为我供给它们饲料和水草，并且精心照料它们。”年轻人边说边用一种爱怜的目光看着羊群。

开玩笑的人奇怪地说：“我比你富有，我供给羊群的食物和水草更加肥美，我照顾羊群也很精心，但是它们对我却熟视无睹。”

旁边的老牧羊人说道：“食物和水草不能代表你对它们的关心，只代表你需要它们的皮和肉。我有一句良言相告，拴住羊的不是那根细绳，而是你对羊的关照和怜爱。”

分 析

领导人不要把员工当作贡献劳动力的“羊群”，不能只关心他们创造的效益，而是要在严格的工作之外真心关爱部属的方方面面，从生活细节到工作业绩。

尤其要留意员工情绪的细微变化，了解变化的真实原因，并协助员工共同解决。

一个小小的关心可能留住一个优秀的人才，一个小的误解也可能把人才推向自己的对手。

理论延伸

企业不能头痛医头、脚痛医脚，而应把对人才的重视转变为实际行动，建立一整套系统的、完善的用人和留人机制，以事业留人、以机会留人、以待遇留人、以感情留人，使员工乐于为企业工作，在其位谋其政，发挥个人的最大潜能。

好的做法

有人采访某大型乡镇企业的老总，问他为什么那么卖命地为董事长工作？老总沉思了很久，竟说不出豪言壮语，只说是董事长在生活上非常关心，这让他感动，让他发自内心地愿意跟着董事长干。

不好的做法

创造良好的团队协作氛围，互帮互助、互相勉励进步的团队精神，能使人保持良好的工作心情。如果你盯我、我防你，团队成员都疲于应付复杂的人际关系，还谈何合作与发展。在IT企业这一点尤为重要，因为技术开发人员普遍不善于处理人际关系，尔虞我诈的工作氛围更容易伤害这类员工。正如中国IBM人力资源总监周晶所说：“现在光靠钱是留不住人的，团队和大家庭的感觉才能让人觉得工作的意义。”

兔背上的猫头鹰

——重视老员工的意见

暮色降临了，沉睡了一天的猫头鹰开始在林中盘旋，暗中搜寻猎物。

一只强壮的大灰兔跳到林中的草地上，开始梳理脸上的毛。它是那么的壮硕，以至于根本不怕暗中的危机。老猫头鹰看了大灰兔一眼，还是安静地停在树枝上。跃跃欲试的小猫头鹰说：“你怎么连兔子也不去捉呀？”

老猫头鹰说：“我力不从心呀！这只灰兔太大了，你要是抓住它，它会把你拖进密林里去的。”

没有经验的小猫头鹰故作聪明地说：“我用一只爪子抓住它不放，同时用另一只爪子迅速握住树枝。”老猫头鹰还没有来得及教训它，小猫头鹰已经飞过去捉野兔。它果真用一只爪子紧紧抓住兔子的后背，连爪子都扎了进去；同时准备好用另一只爪子去抓树干。兔子一挣扎，它就用另一只爪子抓住了树干，心里得意地想：你跑不了啦！可是肥硕的兔子猛地一冲，把可怜的小猫头鹰撕成了两半。它的一只爪子留在树上，另一只留在兔子的后背上。老

猫头鹰只能为后辈滴下同情的眼泪。

第二年，有个猎人打死了这只野兔，却为兔背上长着一只猫头鹰的爪子而大吃一惊。

分 析

俗话说："不听老人言，吃亏在眼前。"在上述寓言中再次确证，现代企业中，老员工的能力不一定比新员工高明，但是他毕竟在这个行业里待的时间长了，不但熟悉这里的规章制度，也清楚这里的运作模式，更明白在突发事件到来时，该怎样处理才恰到好处。新老员工如果能够和谐相处、取长补短，真是企业的莫大好处。

理论延伸

企业的用人政策应该具有延续性。新老员工上下承接，才能保证企业有持续的发展力。

因此，当新员工进入新的工作环境时，老员工首先应该帮助新员工熟悉环境、规矩、程序，帮他们找一些好的方法。当新员工熟悉了所有业务之后，就要经常检测他们，当发现他们有的地方掌握不够好的时候，应给予安慰，让他们树立对自己的信心，培养他们对新工作的兴趣。

好的做法

很多企业对于新进员工采取"导师"制度，由一名老员工带一名新员工。这样做一方面可以使新员工尽快熟悉岗位职责和技能要求，另一方面，也是对老员工的一种工作激励。因为从心理学的角度来说，人都有帮助别人的愿望和要求，让老员工做新员工的"导师"，反映了企业对老员工的重视和尊敬，让老员工在心理上有一种满足感和荣誉感。

不好的做法

新老承接有一些技巧，如果不采纳这些技巧，可能会适得其反。比如，老员工想要把自己烂熟于心的工作程序很快地传授给新员工，他们肯定消化不了，反而会增加更多的负担。当新员工向老员工重复问到某个问题时，老员工不应表现出不耐烦。新员工来到新的工作环境，对一切都很陌生，包括对老员工的认识和了解，这时候，老员工千万不要孤立他们。对于工作多年的老员工而言，偶尔会感到工作单调而又平凡，甚至会产生一些低沉的情绪，这种情绪会影响到新员工，使他们也会认为这种工作枯燥无味，所以老员工要给自己定好位，不能让消极的情绪影响到新员工。

身体的争吵

——互相配合的问题

朱庇特的安排总是完美的，但是，不见得每个人都能够领会他的意旨，甚至连人的身体也会对这种安排发生争吵。

争吵发生在胃与脚之间，它们不断地争吵谁的力气大。脚总是自夸自己的力气强大，整个肚子，甚至人的整个身体都由它搬来搬去。

胃却回答说："喂，朋友，如果我不提供给你营养，那么你什么也搬不动了。"

脚以同样的口气说："是的，如果我不把你带到食物面前，你也什么都得不到。"

手在旁边冷冷地说："你们尽可以胡乱地争论和狂妄地夸耀，但是如果没有神王朱庇特的安排和我们的配合，大家都不过是一堆烂肉而已。"

分 析

现代企业要做大做强，正如强壮的身体离不开身体各器官一样，企业也离不开资金、技术、人才的完美结合，而这三者中"人才"又是关键，因为只有"人才"才能将三者融合。

一个企业会有各种各样的人，这些不同的人只有紧密团结在一个共同目标之下才能成就事业。

对于个人而言，只有首先融入团队，热情、诚恳地帮助别人，才能成就自己的事业并减轻自己的负担。

理论延伸

对于企业的人才组合，现代企业管理学家主张采取唐僧师徒组合。因为，唐僧师徒四人是为了"取经"这个使命，品性完全不同的四个人组成了一个坚实的团队，并最终取得真经。

好的做法

企业要善于组合不同类型的人才。为了发挥特定部门的特定功能，不同智力、不同年龄的人都可以有机地组合。企业部门里，常说的"老、中、青"三结合就是一种较好的年龄结构。老年人、中年人、青年人，学有专长，按一定比例合理组成一支立体作战梯队。现代科学史上，年过半百的老科学家巴丁、年富力强的中年科学家库柏和20来岁卓有创见的施里弗3人通力合作，创设了超导微观理论，获得了诺贝尔奖。此外，将发现型和创业型人才综合在一起，使之既有探索，又能实施与再现。知识企业特别要发掘创业型人才，即善于将知识转化为产业的人才。

不好的做法

企业内部的人才组合一忌"拉郎配"，二忌"人才断层"。第一种，是管理者将员工按照自己的标准进行组合，忽视了员工之间的契合问题；第二种，是企业人力资源不足导致人才组合达不到应有的效果。

蛇头与蛇尾

——统一指挥

蛇当然由蛇头和蛇尾组成，但是在很久以前，造物主曾经糊里糊涂地说它们两部分都有

毒，所以不能确定由谁先行。因此在它俩之间，发生过一场激烈的争论。

头总在尾巴之前先行，于是尾巴愤愤不平地翘起来向造物主申诉："我与它共同走过许多道路，但是，我好像生来就是专门为了讨它开心似的，它以为我就一辈子愿做它的跟屁虫？我本应与它平起平坐，可如今就好像一个让它使唤的丫头、跟班的娘姨。既然我们情同手足，我和它同有毒液，功力相当，资历也一样，所以对我们应当一视同仁。请您下一回命令，让我也能够拥有领导权。我将与蛇头共同协商，确定我们前进的方向。"

造物主一时心软，就对这个请求发了慈悲。可是那真是帮了倒忙，恩赐的结果使事情变糟。蛇尾与蛇头为了该走哪条道路争吵不休，它们两个争着领路。结果，身体一会儿撞着石头，一会儿滚下山坡。最后在争吵中，蛇身掉进了地狱之河，蛇头和蛇尾共同走向死亡。

造物主觉得对不起这对难兄难弟，于是让它们复活，然后恢复了蛇头的领导地位。造物主说："是我错了，我只为了调解它们的冲突，而忘记了统一的指挥才是最重要的原则。"

分 析

对企业经营战略了解最深刻的应当是企业的高层领导人员，一般来讲，他们要比企业中下层管理人员以及一般员工掌握的信息要多，对企业战略各个方面的要求以及相互的关系了解得更全面，对战略意图体会也最深，因此战略的实施应当在高层领导人员的统一领导、统一指挥下进行。否则，企业只能像蛇头和蛇尾那样共同走向死亡。

理论延伸

统一指挥使资源的分配、组织机构的调整、企业文化的建设、信息的沟通及控制、激励制度的建立等各方面相互协调、平衡，使企业为实现战略目标而卓有成效地运行。

好的做法

要实现统一指挥的原则，要求企业的每个部门只能接受一个上级的命令。但在战略实施中所发生的问题，能在小范围、低层次解决，就不要放到更大范围、更高层次去解决，这样做所付出的代价最小。因为越是在高层次的环节上去解决问题，其涉及的面也就越大，交叉的关系也就越复杂，当然其代价也就越大。

不好的做法

企业内部为了完成某个任务常常组建项目组。一般情况下，项目是由一个人负责的。但是，也不乏这样的情形：除了上级任命的经理外，项目中还存在一个起着监督作用的副经理，恰似两头蛇。名义上，二人是"分工协作"，在具体事务上各有偏重，然而实际上，这不仅仅是协作，还是"权力制衡"。这样的安排使团队中不免出现各种偏离常规的状况。如果双方足够克制和明智，项目还可以貌似平稳地运作。假如在项目例会上双方公然对垒，上级没有及时作出公开的调停和处理，项目就无法正常运转下去。

丢鸡的农夫

——领导的责任

饥饿的狼群整日窥视农夫的鸡圈。那里，肥大的母鸡、雄壮的公鸡、鲜嫩的小鸡在鸡圈里自由自在地奔跑、觅食，还冲着它们欢快地鸣叫，好像是在嘲笑狼群的无能。这简直是在刺激狼群饥饿的胃和冒火的眼神。但是，鸡圈是那样的结实，根本没有机会伤害那些鸡。

终于，在一个夏天闷热的夜晚，农夫喝了点酒，昏昏沉沉中忘记关鸡窝。狼群在外徘徊观望许久后，终于确定这不是一个骗局，而是真的机会到了。它们快乐地潜入了这窥伺多时的地方，大开杀戒。看家狗汪汪地大叫，也唤不醒沉睡的主人；它只好勇猛地上前与狼群搏斗，被咬得伤痕累累。

天亮了，鸡笼里的死禽鲜血淋淋，农夫懊丧而又无可奈何，只是一个劲地冲着看家狗嚷嚷："啊，该死的畜生，你为什么也不被咬死呢？狼群进宅时你怎么不报警？你应该设法阻止这场血淋淋的大屠杀，你应该是早有准备的。"

狗委屈地看着主人，眼神里透着伤心。它说："主人，我已经尽力了。而你呢，你是一家之主，这事与你密切相关，连你都不留心照看鸡窝是否关好，只顾自己睡觉，你又怎么能苛求我这条狗呢？"

分 析

就现代企业而言，领导就像鸡笼的主人一样是企业的"一家之主"，对于公司的所有事务都应该负起全部的协同责任。当企业经营出现问题的时候，领导应该在第一时间出现，并协同下属尽快解决问题。

理论延伸

批评是管理必要的手段之一。

从不批评下属的领导不是好领导，但不会批评的领导也不是好领导。批评应成为一种激励方式，而不是领导摆脱自己责任的手段。



好的做法

好的领导人不会直接插手公司的具体事务，但是他们会密切地监视下属的工作状况。对于勤于工作的下属，他们会给予表彰和奖励；对于工作疏懒的下属，他们会敲打敲打那些懒惰的家伙。监督好下属的工作，也就能够防止他们犯错误。否则，他们犯的错误，也间接地反映了你的失职。

不好的做法

只有差劲的领导才会在平时昏头昏脑，出了事情就冲下属大喊大叫。如果领导人自己不对自己的切身利益负责任，那么苛求下属是没有任何道理的。企业里的丛林法则就是“领导吃肉下属喝汤”，如果领导既要吃肉又不愿意辛苦，而且还要下属来承担过错，那么没有几个下属愿意为这样的人“挑担子”。

狮子的指挥

——不要“越俎代疱”

狮子和狼合伙去打猎。不用说，大家都知道谁是老大。在出发前，狼恭恭敬敬地请狮子做指导，虽然狼本身也是捕猎的高手，但是在森林之王的面前，它还是要做出谦虚的样子。

狮子大大咧咧地说：“走吧，我会指点你的！”

忽然，眼前窜出一只鹿来。鹿看到了狮子和狼，惊恐万状地转身就逃。狼猛扑上去，结果被狮子一把抓住。

“朋友，你这样太鲁莽了。”狮子说，“作为你的领导，我要告诉你，捕捉猎物之前，你应该长嚎一声。难道你的母亲当初没有教过你吗？”

狼只好长嚎了一声，然后它们一起追了上去，它们把鹿逼到了一个死角里。狮子站在后方看狼捕鹿。狼兴奋地想在狮子面前露一手。正当它快要咬住鹿的咽喉时，狮子突然把它一把拉开来。狮子说：“朋友，要获取最大的乐趣，莫过于先咬断它的腿，这样才能看到它垂死挣扎的样子。”说着，狮子开始详细地做起示范动作。

那可怜的鹿乘着这个空当，猛地一跳，成功地逃跑了，只剩下狮子还在对狼喋喋不休。

分 析

寓言告诉我们，经营企业领导大可不必事事都管，应该放手让下属去施展身手。

老子的“无为”思想也可以应用到企业管理上来。它对于企业管理的启发就是企业领导人要善于放权，只管大事不管小节。

这正好与文中的狮子相反，因为它对狼数次进行管教，以至于放走了自己的猎物。

理论延伸

企业管理需要适度。每个成员各司其职，各就其事。领导和员工做好自己分内的每一件事情，企业就能走稳每一步。

好的做法

企业领导人每天面对千头万绪的事情，若不分主次，眉毛胡子一把抓，很难取得良好绩效。因此，要善用“减法”，有所为有所不为，而不要越俎代庖，包办应由下属履行的职责。要把在纷繁具体的事务中投放的过多精力“减”下来，统揽但不包揽，督办但不代办，“集中兵力打歼灭仗”，把主要精力用在分析形势、把握趋势、决定大事上，要着眼长远，规划未来。

不好的做法

《三国演义》中说诸葛亮“事必躬亲”，而且做得多，吃得少，最后英年而逝。这就是典型的反面教材。在现代企业中，也有这样的管理者，对下属不放心，事事都要插手操心，把时间都耗费在了处理小矛盾、小细节上，反而妨碍了自己对大事的处理。

熊是个没有头脑的忠实朋友

——把权力授给正确的人

有一只熊，住在深山老林，过着孤独无友、寂寞凄凉的生活。它心情忧郁，便出门去找朋友。正巧离它不远的地方住着一位老人。他爱好花草园林，生活非常雅致有趣。

清晨，园林老人出来寻找奇花异草，在路上遇见了熊。熊向老人述说了心里的苦恼，真诚地表示想与老人交朋友。老人十分感动，便热情地邀请熊到家里做客。

熊欣然前往。短短的几天里，他俩已成了好朋友，熊在老人的家里住下来。老人工作的时候，它就在旁边默默地坐着。老人工作累了，他想睡一会儿，于是他请求熊帮助他赶苍蝇，免得这些绿头的讨厌鬼来骚扰他的美梦。熊腼腆地接受了这个任务，它对老人的信任感到非常荣幸。熊一直很尽责任，以后这项工作都落到了它的头上。

这天，一只绿头大苍蝇叮在老人的鼻尖上，熊赶来赶去，办法想尽也没赶走这只苍蝇，真不知如何办。熊怒气冲天地咆哮：“今儿个我非收拾了你不可！”话音刚落，熊一屁股就朝苍蝇坐了下去。苍蝇死了，然而老人的脑袋也被坐扁了。老人直挺挺地躺在床上，当场死去。熊是个没有头脑的忠实朋友——真拿它没办法。

分 析

企业领导人在准备授权时，要确定授给什么样的人。通常而言，被授权的对象应该有积极热情的态度，敢于付出，敢于承担责任，同时也要具备真才实学，不然就像寓言中的园林老人一样，上演睡梦中死去的悲剧。

理论延伸

人无完人，瑕瑜互见，世界上根本没有样样精通的全才，任何一个身心正常的人都有所能也有所不能。

允许其犯“合理的错误”，切忌求全责备。

好的做法

管理者要综合评估每个人的综合能力和素质，然后根据每个人的不同情况和特点对其授权。在进行能力评估时，可以大致将人才分为四类：将帅型、士兵型、黑马型、特殊型，对他们委派工作时也要掌握不同的技巧。将帅型的人经验丰富，可完全放手，但切忌干涉他们的工作，但他们要求帮忙时，一定要认真对待，且不能伤了他们的自尊心。士兵型的人有一定经验，但需要不时的支持和鼓励，不时监察他们的工作进度，但进行监察时，应不露痕迹，且不时给予鼓励。黑马型的人缺乏经验，需要学习怎么做；要对他们进行适当的培养和帮助，最后给他们提供合适的机会。特殊型的人具备特殊技能，是局外人，能填补不足，在应急时可以请他们支援。

不好的做法

有些企业管理者抱怨不敢给核心的管理部门的员工授予太多权力，因为常常会遇到这种情况：做销售的，把客户和核心的销售团队带走；做财务的利用职权，中饱私囊、挟款私逃；做技术的带走企业核心技术。这些人可能能力很强，但缺乏诚信，一旦给他们赋予过多权力，他们就可能做出背信弃义、违背组织的事。这就提醒管理者在挑选被授权对象时应该考察他们的品行，否则后果不堪设想。

得意洋洋炫耀的猪

——选择好接班人

猪生了一窝小猪，得意洋洋地不停炫耀。猪说："四只脚的动物中，我生产的孩子最多，生产的时间也最短！"

狮子回答说："也许你所需时间最短，也许你生产的孩子最多，但你生的是猪。而我虽然生产非常困难，而且孩子能够成活的也很少，但那是狮子——未来的森林之王！"

分 析

事实上，寓言中的狮子是非常聪明的，它宁愿花费更多的时间和精力去选择培养接班人。

培养企业接班人也是一个重要的决策，是延续企业生命最重要的一步。

中国俗语云："不孝有三，无后为大。"这句话也同样适用于企业。企业接班人的选择必须非常的严格，只有经历过长时间考验的接班人，才能够珍惜交到自己手上的接力棒。

因此，宁可花很长时间去选择一个好的接班人，也不能临时指定。

理论延伸

在把经理人领到接班人发展途径上的时候，要进行严厉甚至严酷的考验。因为接班人的培养绝对不只是几个人的事情，而关联着整个组织的前途。

好的做法

联想集团的柳传志选接班人花费了10年时间，他从一开始就培养了两个接班人，一个是杨元庆，一个是郭为，并且在很早就让他们在某些方面独当一面。柳传志说："你先给他一块布裁鞋垫儿，裁好了再给他一块布去学做西服，这样才能让人感觉到他的真实才干。"所以，企业领导人要给接班人锻炼的机会，因为不经历奋斗的痛苦，就不会珍惜得来的成功。

不好的做法

选择接班人这个问题在中国企业界还没有引起高度重视。外国大公司的接班人是每年董事会要讨论的问题。韦尔奇选定伊尔梅特费6年心血，沃顿让位格拉斯也是几经周折，盖茨交权鲍尔默是考验数年。而国内的企业家都是在人老了、退休了或者不行了才匆忙选择接班人，或者传给自己的儿子。这些年轻人往往被称为"二世祖"，人们讽刺他们没有经历创业的艰辛，所以很容易就败坏了家业。

忠诚于猎人的狼

——用人不疑

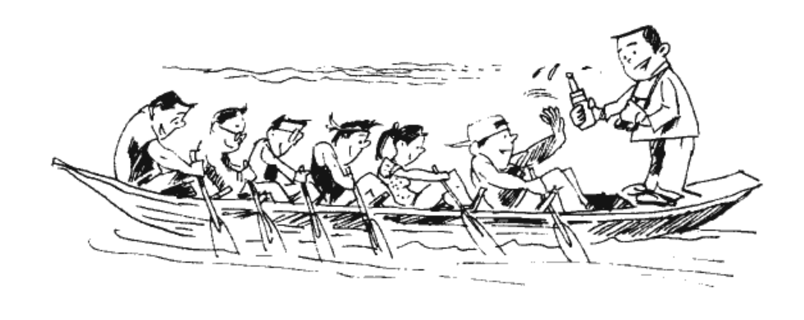
一位猎人在森林中遇到了一只孤单的小狼，它失去了自己的母亲而变成了孤儿。猎人收养了它，把它当作一只猎狗养了起来。

猎人常常带着它出去打猎，并且把它和其他的猎犬混养在一起。这只狼非常勇猛，帮助猎人捕获了很多的猎物，也得到了猎人非同一般的宠爱以及比其他猎狗更多的食物和奖励。

这种和谐局面没有持续很长时间。有人在中间挑拨离间，说它不是猎犬而是一只狼。猎人开始疏远自己忠心的仆人。

最后，猎人甚至要开枪打死自己的伙伴，因为担心它有一天会反咬自己一口。狼躲过了枪击，伤心地逃到森林的深处，真真正正地变成了一只野狼。若干年后，在一次捕猎中，被追捕的狼咬死了自己的原主人。在猎人咽气之前，狼说："请不要怪我，我并不希望这样的结





果，而是你把我推到这一步的。”

分 析

好的领导应该用各种方式把不同背景和才能的人聚集到一起，并为其提供公平的、合理的机会，使他们在贡献最佳表现、实现个人目标、发挥个人潜能的同时为组织创造价值，而不是像呆笨的猎人一样，把忠实的仆人推向自己的反面。

因此，最佳领导人并非是一流的业务者，而是一流的人力管理者。他能够使有才华的人为我所用，而不是把人才推到自己的对立面去。

理论延伸

美国第一银行的执行总裁认为：“我的角色首要的是人事主管，即能让恰当的人做恰当的事。”

安德鲁·卡耐基在其墓碑上刻下：“长眠于此的逝者曾将更优秀的员工吸引到其服务之中，而不仅仅是其个人本身。”

好的做法

国内外优秀企业家的经验证明，企业人才管理文化的形成对实施公司的战略规划、发展壮大员工队伍是一个不可或缺的管理手段。中国的海尔、联想等企业成功的秘诀之一，就是发展了一整套人才管理的理念和哲学，形成了自己独特的企业文化。其中最重要内容之一，就是企业的领导对人要充分信任、充分使用。所谓“海纳百川，有容乃大”。

不好的做法

美国王安公司失败的最重要原因并非它缺乏人力资源。1984年该公司的营业额高达33亿美元，雇有2.48万名员工，可谓实力雄厚。但是该公司缺乏社会资本，缺乏将公司内部员工相互凝聚的社会基础。受中国传统文化的影响，王安本人对家族外的美国高层主管不放心，也不信任。因此，当外部竞争环境发生变化时，他便把公司的大权交给自己的儿子，而本应掌握权力的美国经理却遭到了冷落，结果导致了许多有才华的经理人在关键时候离职而去，使公司业绩一败涂地，到了不可收拾的地步。

牧羊人和羊群

——上行下效的教训

牧羊人丢失了最心疼的一只羊羔。他对羊群说：“怎么搞的，狼总要从我这里叼走我的羊！成千只羊，以后我每天都要重数一遍。可我现在老忘不了我那刚丢的可怜的罗宾。为了一点点口粮，这只羊随我浪迹天涯，四处漂泊。你不知道，它听得懂我吹的风笛，我离它百步之遥它就能感觉到我的来到。罗宾，你这可怜的东西啊！”

牧羊人面对着数千只的羊，从头羊直到小羊羔发表了一通演讲后，又是为它们出谋划策，又是为它们打气鼓劲。牧羊人鼓动大家凭着钢铁意志来抵御群狼的威胁。在他的鼓舞下，群羊以自己的名誉保证，它们将像界石一般绝不动摇。它们表示："我们要杀掉那只从我们这儿叼走罗宾的恶狼。"羊群纷纷响应，牧羊人大加赞赏。

夜幕来临后，狼悄悄地接近羊群，羊群又发生了骚乱。牧羊人一看见狼阴森的眼神，吓得掉头就跑，整个羊群全炸了营，全跑了。天亮后，牧羊人对着空空的羊圈放声大哭，诅咒所有抛弃了他的羊。风吹过来，责备他说："不要责怪别人，因为你不是一个真正的牧羊人！"

分 析

在危急时刻，抛弃自己下属的领导，就像寓言中的牧羊人那样，也会被下属抛弃。

一个成功的领导人不但要具备能力、才华和胆识，还要有一些当领导的技巧。

领导别人并不重要，重要的是能正确地领导自己的行为。信任员工，理解员工，真正像关心自己一样去关心自己的下属，是一个领导人心中的第一准则。

宽容、正直和与人为善是一个上司所必备的品德。记住，无论下属是你真心喜爱的朋友还是你平时讨厌的人，你必须对他们一视同仁。

行动比命令更有效，用你的行动去告诉下属他应该怎样做，比用你的语言要有力得多。

理论延伸

优秀的领导人思想有弹性，心胸开放，能给予下属必要的协助，能提出有建设性的建议，使得工作品质得以提升，工作水准得以进步。他能诚恳地关怀员工的工作及个人生活状况，也知道如何有效应付达不到目标的员工。

好的做法

优秀的领导人要以身作则，才能得到下属拥戴。他们能仔细听取同仁表达意见，他们鼓励多开正式会议及非正式会议，他们能与公司各阶层员工讨论问题；他们能与其他各部门的主管作整体性的协调沟通，他们心胸开放，随时警觉，能做必要的改变。

不好的做法

六种类型的领导不受欢迎：摇摆无主见，缺乏果断决策能力；目中无人，要求苛刻，听不进下属的恰当建议和意见;对上笑脸讨好，对下则黑脸相对；不允许下属提反对意见；饱食终日，无所用心；怕得罪人，不讲原则。

猿猴和两个人

——偏听则暗，兼听则明

从前有两个人，一个总爱说实话，一个却只说谎话。有一次，他们偶然来到了猿猴国。一只自称为国王的猿猴吩咐手下捉住这两个人，它要询问这两人对它的看法。



一切准备妥当后，它发令将那两人带到面前来，它对那两个人说："先生们，你们看，我是怎样的国王？"

说谎的人回答说："在我看来，你就像一个最有权力的国王。"

"那旁边的这些猿猴呢？"

那人连忙说："他们都是你的栋梁之材，至少都能做大使和将帅。"那猿猴国王和它的手下听到这番谎话，十分得意，高兴地吩咐将精美的礼物送给这个阿谀奉承的人，并任用他为王国的大丞相。

那位说真话的人见到这般情形，心想：一番谎话可得这般丰厚的报酬，那么，若我依照习惯说了真话，又将怎样呢？

这时，那猿猴国王转过身来问他："请问你觉得我和我的这些朋友怎么样呢？"

他说道："你是一只最优秀的猿猴，依此类推，你的所有同伴都是优秀的猿猴。"

猿猴国王听到这些话后，恼羞成怒，将说真话的人扔给手下去严厉处置。

分 析

企业领导者不能像猿猴国王那样，凭自己的好恶来办事、用人。否则，企业里的人才会变成"清一色"而缺少活力。

企业越大，人才越要多元化。

企业领导者如果只"好"一种类型的人才，只爱听奉承赞扬的话，则企业将如一潭死水，毫无生机。

理论延伸

企业不能使人才单一化，但是也不能不顾实际需要与可能，大肆搜罗人才，以为人才多多益善。

须知，无论是庸才堆积还是人才堆砌，都会形成冗员，成为企业健康成长的"赘疣"。

好的做法

人才的多元化反映在不同层面，就是既要有高学历、理论基础强的，也要有实战经验丰富、操作能力强的；既要有做事严谨、心思缜密的，也要有做事麻利、速战速决

的；既要有服从度、配合度好的，也要有个性张扬、能有自己主张的；既要有求稳安定、默默无闻工作的，也要有喜欢表达、遇事都要抢着做的；既要有务实的、有耐力、能做具体工作的人才，也要有务虚的、有好理念、有好方法、能统筹全局的管理型人才。如此一来，企业各种人才形成优势互补，整体素质和综合竞争力才能不断加强。

不好的做法

凭领导好恶办事情在国有企业中最为明显。尤其是在选拔人才的时候，内部选拔可能因领导好恶而导致优秀人才外流或被埋没;也可能出现“裙带关系”，滋生组织中的“小帮派”“小团体”，削弱组织效能。

遭无赖侮辱的信徒

——理智是领导者的基本素质

从前，有一个无赖喝醉酒后狂发酒疯，他伸手一把抓住一个过路信徒的衣领，把信徒乱打了一顿。那个信徒一句话不说，也不和他理论。旁观的人愤愤不平，对信徒说：“你也算个男子汉吗？受到如此的侮辱为什么一言不发，难道你甘心受辱？”信徒说：“你不要说了，醉汉发起疯来大说胡话，丧失了理智。别说撕碎别人的衣领，就是雄狮在面前他也敢冲上前。可是，如果明白人也同样抓住醉汉的衣领，那他并不是真正的明白人。我还是一个比较正常的人，我不会在狗咬我的同时也去咬狗一口。”

路人说道：“这才是真正的信徒呢。他在面临外界的刺激时，能够保持自己的清醒头脑，不会作出错误的判断，不会采取冲动的行为，不会因为别人的无礼而失去自己的信仰和操守。所以，只有具备理智，才称得上是智者。”

分 析

聪明的信徒凭借自己的理智保全了自身安全。同样，在企业中，领导要具备必要理智。

领导保持理智的能力就是要控制冲动，即指个人感情在受到外界事物的强烈刺激时能保证自己不作出冲动的决定。

尤其是责任重、压力大、困难多的领导者，其遭遇外界施加的强烈刺激更是在所难免，就更需要一种信徒的胸怀。

理论延伸

对于现代企业的一般领导者来说，容易使之失去理智的一般有这样几种情况：一是受到强烈刺激，例如嫉妒、攻击、委屈、讥讽；二是遭遇困难、挫折、失败等；三是自己的工作不被上司、下级甚至家人理解；四是受到顽固守旧之人的阻挠等。

好的做法

在信息化高速发展的市场经济条件下，无论是哪个地方、部门或单位的领导者都会有这样的体会：每天都要面对大量的社会信息，有时甚至让人目不暇接、透不过

气。而领导者无法对扑面而来的大量社会信息一概进行吸纳和注意。因此，面对纷繁复杂的情况，领导者要保证冷静、理智的心态，把注意力集中到最重要的事情上去。

不好的做法

企业领导者要预防自己的“冲动”。不少企业领导在长期高压下，往往会失去自己的理智，比如在语言或行为上明显失控，采取过激言辞或行动。

狮子与蚊子

——企业决策要戒骄

狮子与老虎打架打赢了，便得意洋洋地往回走。路上，遇见一只蚊子在眼前晃动。狮子勃然大怒，咆哮道：“滚蛋！你这不足挂齿的小虫！”

蚊子被激怒了。这个体形虽小但是极具自尊心的小虫子向它发起了袭击。

“你以为你号称是百兽之王我就会怕你吗？蛮牛比你有力气都任由我摆布。”说着话蚊子扑扇着翅膀，发出嗡嗡声，然后摆开架式，对准狮子的脖子一头扎了下去。蚊子还吹动战斗的号角不断招呼同类来进攻森林之王。狮子气得发疯，它四爪乱舞、眼露凶光、唾沫四溅、声声怒吼，把百兽吓得魂不附体，逃之夭夭。

小小蚊子才战了百十个回合，狮子浑身上下就连鼻孔都遭受到袭击。它真是怒火万丈，用尖牙利爪把自己撕抓得遍体鳞伤，用尾巴把它的身体抽打得山响，可是除了在身上留下更大的伤口之外，每一下都扑了空。愤怒疲惫的狮子终于无力地瘫倒在地。此时，小小的蚊子高兴地笑了，它鸣金收兵，凯旋回朝。

一路上，蚊子到处夸耀自己的战果，却不料蜘蛛张网正在路上等待这个狂妄的小家伙。

分 析

从寓言中可以看出：在追求成功的大道上，最可怕的敌人是轻敌思想。能够战胜强大对手的人，往往会因小小的失误葬送自己的前程。

企业家在竞争中应该有不骄不躁的风度，临危不乱、沉着应付、干练地办事。面临困难折磨，企业家要能战胜“灰心丧气”；胜利的时侯，企业家要战胜“踌躇满志”。有一句警句说：“骄兵必败。”其实，这种情况主要发生在主将的身上，有骄将才有骄兵。领导者骄傲起来，手下的人也就会轻敌，轻敌是导致失败的主要原因。

理论延伸

企业的领导人在竞争中应该有“静以幽，正以治”的风度。这对竞争取胜将是会有很大好处的。

好的做法

贵州神奇集团总裁张之君谈到个人多年来经营企业时说，经营企业的人心态一定

要好，要克服人性的弱点，要克服“骄、躁、怨”三个字。企业在取得成就后，企业家一要戒骄，防止自我膨胀；二是戒躁，要以自信和从容的姿态看待市场竞争和自身在竞争中的暂时失利；三要戒怨，企业在经营中出现困难或问题，企业经营者不要一味简单埋怨别人，而是要自省不足。经营企业要奏好“三步曲”：第一步是把企业安全放在首位，民企在发展中面临着政策风险和营销风险，防范风险，确保企业安全无疑是民企发展的第一要计；第二步是保持企业的可持续发展，这需要企业调动和配置好各种内部资源，并与外部市场环境和竞争环境相适应；第三步才是高速发展，这需要好的机遇与企业内部资源的高度契合。

不好的做法

福特汽车公司在世界上曾是汽车业的霸主。20世纪初，福特公司正处于鼎盛状态，但20年后，这个美国汽车大王的霸主地位动摇了，逐渐被通用汽车公司所取代。原因在于公司老板福特一世被胜利冲昏了头脑，在1915年辞退了曾经帮助他“建邦兴业”的总经理库兹恩斯。他取消经理制，任人唯亲，一意孤行，致使众叛亲离。后来福特三世上任，他起用能人，福特的家业中兴，但后来他重犯祖父顽疾，家业又败落下来。

钻进仓库的黄鼠狼

——要有危机意识

大病初愈的黄鼠狼小姐，瘦弱得像一根豆角。它从一个小小的墙洞钻进一个疏于照料的仓库。这里，粮食应有尽有，惟一没有的就是风雨和惊吓。黄鼠狼小姐生活无忧无虑，不愁吃穿，不几天工夫它已是肥头大耳、大腹便便了。这段时间的休养让它变得富态了。

一个星期过去了，打着饱嗝的黄鼠狼听到了危险的声响，它急忙回到原洞，想逃出去。

但洞太小，它根本钻不过去。慌乱中，它以为弄错了地方，转着圈说道：“不会错的，这洞是我一周前进来的通道。我应该没有搞错啊。老天，我要是出不去，肯定会被逮住的啊。

一只老鼠见它纳闷，忙上前告知：“刚来时你肚子平平，出入方便，如今要出去只能节食减肥。你当初要是居安思危，就不会有今天的危险了。”

分 析

没有危机意识的黄鼠狼小姐被逮住是必然的。古人说：“生于忧患，死于安乐。”IBM的总裁也说：“长期的成功只在我们心怀恐惧时才有可能出现。不要骄傲地回首让我们取得以往成功的战略，而要明察什么将会导致我们未来的没落。只有这样，我们才能集中精力于未来的挑战。因此，时刻保持虚心学习的饥饿及足够的灵活是绝对必要的。”

理论延伸

古人很早就论述过“居安思危”的真谛，虽然当时没有系统化和理论化，但是对于古代

君王安邦治国确实起过很大的影响。如今企业所面临的竞争与古时兵荒马乱的“战场环境”相比有过之而无不及。

外部环境中的不确定性因素越来越多，面对这一切，自以为高枕无忧的企业通常难逃被淘汰的命运。

好的做法

企业成长得越快，越要有危机意识。就好像黄鼠狼吃得越多，就越应该想想自己的后路。危机意识的体现主要在危机预防阶段，应该把危机发生的可能性减少到最低限度。

不好的做法

在企业发展的初期，因为身处险境，实力弱小，因此，企业往往能够小心翼翼，加强防范。如果发展进入顺境，企业常常会自以为“完美”，而忽视了身边的危险。就像那头黄鼠狼一样，只顾贪吃，而忘了给自己寻找退路。

燕子的警告

——能听逆耳之言

一只燕子在飞行途中学到了不少的知识。播种的春季里，它看到农民在耕种，便对附近的小鸟说：“我看到了潜在的危险，我很同情你们。面对危险，我可以远远地躲开，到安宁的地方生活。可你们不行，你们没有高飞的翅膀，不能离开熟悉的故土。你们看，那些在空中挥动的手撒下了种子，用不了多久，这些手就会拿着捕捉你们的工具出现。你们不是身陷鸟笼就是等着下油锅！”燕子说，“所以请你们赶快把那些该死的种子全吃掉。”

小鸟们觉得燕子说的疯话十分可笑，因为大田里可吃的东西太多了，区区小种子值得劳神吗？没多久，大田里长出了绿苗，燕子着急地对小鸟说：“趁还没有结出可恶的果实，赶紧把这些苗统统啄掉。”

鸟儿不耐烦听它的预报，嚷嚷道：“要知道，这样的好差事没有上千只鸟是做不了的！”

庄稼就要成熟了。燕子痛心疾首地来相告：“可怕的日子就要来到，一旦人们收割完庄稼，秋闲下来的农民将拿你们开刀，等着你们的是捕鸟的夹子和灼热的油锅。你们最好待在家里别乱跑，要么学候鸟飞到温暖的南方，可你们短小的翅膀又不能帮助你们越过沙漠和海洋。所以，你们最好找些隐蔽的墙洞躲起来。”

小鸟把燕子的忠告全当了耳边风，于是悲剧发生了。

分 析

不能纳谏的企业就好像不愿意听从忠告的小鸟，它们的虚骄自大就是自己灭亡的根源。一个企业发展起来后，容易陶醉于已有的成功，而不去思考自身的弱点，不去努力提高深层次的竞争能力，往往会经历“壮年夭折”。

企业只有时刻保持“战战兢兢，如履薄冰”的心态，不断地超越自我、完善自我，才能使企业成为“常青树”。

理论延伸

企业内部开展提合理化建议活动，是激发职工智慧和创造性的有益尝试，其目的是为了使企业努力实现效益最大化。

好的做法

英国有一家专门操办婚礼的连锁店，生意非常兴隆，而这家店的创办归功于一位普通营业员的一条建议。这位叫维尔琴的营业员在理查德·布兰森连锁店工作。她从帮助朋友采购结婚用品中得到启示：为何不成立一家公司，专门为新郎新娘提供从婚礼到度蜜月的一条龙服务呢？她立即将自己的想法写在一张纸上，递给连锁店老板的秘书。连锁店老板对她的建议高度重视，向她宣布：已根据她的建议注册了一家公司，公司名就叫维尔琴婚娶服务公司，并请她担任该公司总策划兼营运总监，还破例为她加薪4倍，并拥有新店3%的股份。维尔琴果然没有让老板失望，新公司成立不长时间，就在英国发展了100多家连锁店，而且门庭若市。

不好的做法

许多企业的崛起直接受益于领导人的英明决策，企业发展起来后，领导人被自身的成功所陶醉，甚至企业内部也迷信于领导人的英明，对其决策无论对错与否，都是俯首贴耳、惟命是从。南德集团毁于牟其中涉嫌诈骗，“巨人”毁于史玉柱兴建大厦，即是此例。近几年，各媒体对海尔经营策略的质疑日渐增多，海尔也对此多次加以反驳。但作为海尔领导层，对外界的质疑、意见切不可一驳了之，而应认真反思，有则改之，无则加勉。因为盲目自大、听不进外界意见往往是一个企业衰落的开始。

明智的农夫

——决策从实际出发

在爱尔兰有一种精灵，它们是农夫的守护神。它们为朴实的农夫做家务、打扫房子还兼管花园。

有个精灵干活娴熟干练，尽职尽责，热爱主人全家，还特别喜欢农夫的花园。那里种满了美丽的风信子、优雅的郁金香，还有娇艳的玫瑰。精灵的朋友风神，在工作中给予了它无私的帮助，而精灵本身的工作也非常出色，使主人十分满意。出于妒嫉，其他精灵对它妄加诽谤，使得精灵们的主管出于某种考虑，很快就把它调往别处。

动身前，精灵对主人说道：“我与你们的情谊让别人妒忌，上司硬逼着我与你们分开。目前我与你们相处的时间很短暂了，长则一月，短则一周，请你们在这段时间内提出三个愿望，我将满足你们的要求。记住，只能是三个，不能再多。”

贫穷的农民夫妇提出的第一个愿望就是发财，于是成堆的金钱装满了箱子、钱柜。第二

个愿望是要拥有一个农夫所能拥有的一切，这辈子不再辛苦。于是仓库里全是麦子，地窖里装满了酒，到处都塞得满满的。两口子面对这么多的财富犯了愁，要是小偷来光顾，王公贵族来借钱，国王来征收赋税，该怎么办呢？这对可怜的夫妇因暴富而大伤脑筋。“赶快来帮助我们摆脱因财富引来的麻烦吧！”两人异口同声地提出了第三个愿望，“做穷人是多么的自在！贫困实在比拥有财富省心！”话音刚落，平庸女神已来到二位身旁，夫妇请她住下。在得到第三个愿望后，夫妇俩重新过上了清贫宁静的生活。

分 析

作为一位企业家，能否像农夫那样抵御企业发展中的诱惑呢？有一位企业家说：“有些企业虽然在创业时期赚了一点钱，但他们却不能结合自身实际，而是盲目扩张，好高骛远，其根本原因就在于他们不能抵制来自社会的种种诱惑。谁都想当李嘉诚，但是要知道，名和利的诱惑同时又是一个陷阱。你我都想当李嘉诚，但是从现实来看，暂时还是不具备条件的，那么，我们就先做一做“陈嘉诚”或“黄嘉诚”什么的，确定一个自己能够达到的目标，一步一步走过去。

理论延伸

在为数不少的民营企业家头脑中，企业目标被大打折扣。他们把赚多少钱定为目标，目光再稍微远点的就是将企业有多少资产作为目标。其实这些都不是企业的正确目标，正确的目标应该是根据产业和自身的优势，确定你在哪一个产业要成为一个什么样的企业。如果以利润和资产为目标的话，往往导致企业的短期行为。

好的做法

在《华为基本法》开篇的核心价值观第二条如此描述：“为了使华为成为世界一流的设备供应商，我们将永不进入信息服务业。通过无依赖的市场压力传递，使内部机制永远处于激活状态。”任正非的一篇出名的演讲，叫“企业不能穿上红舞鞋”，为此作了很好的注解。他说，红舞鞋很诱人，就像电讯产品之外的利润，但是企业穿上它就脱不了，只能在它的带动下不停地舞蹈，直至死亡。因此，全体职员都要经受其他领域丰厚利润的诱惑，不要穿红舞鞋，要做老老实实种庄稼的农民。

不好的做法

2003年，中国曾一度陷入困境的钢铁产业一举扭亏，实现利润250亿元。部分地区又出现了大炼钢铁的新动向，新的高炉如雨后春笋般耸立起来。有人担心钢铁工业又出现“过热”现象。专家认为，由于钢铁产品需求旺盛，很多企业在利益驱动下大规模扩张产能，盲目追求粗放型增长和低水平产量扩张，将带来结构性失衡、竞争失序等一系列问题，进而引发行业性地震。其结果很可能是大部分的企业不但不能实现当初的盈利期望，反而会大规模亏损。

狗、公鸡和狐狸

——临危不乱需聪明

狗与公鸡结交为朋友，它们一同赶路。到了晚上，公鸡一跃跳到树上，在树枝上栖息，狗就在下面树洞里过夜。

黎明即将到来的时候，公鸡像往常一样啼叫起来。有只狐狸听见鸡叫，想要吃鸡肉，便跑来站在树下，恭敬地请鸡下来，并说："多么美的嗓音啊！太悦耳动听了，我真想拥抱你。快下来，让我们一起唱支小夜曲吧。"

公鸡回答说："请你去叫醒树洞里的那个看门守夜的，它一开门，我就可以下来。"

狐狸立刻去叫门，狗突然跳了起来，把它咬住撕碎了。

聪明的公鸡临危不乱，巧妙而轻易地转危为安。

分 析

从这则寓言，我们可以得出：企业越是到了危急关头，越是不能太紧张。越是关键时刻越要保持理性的冷静！

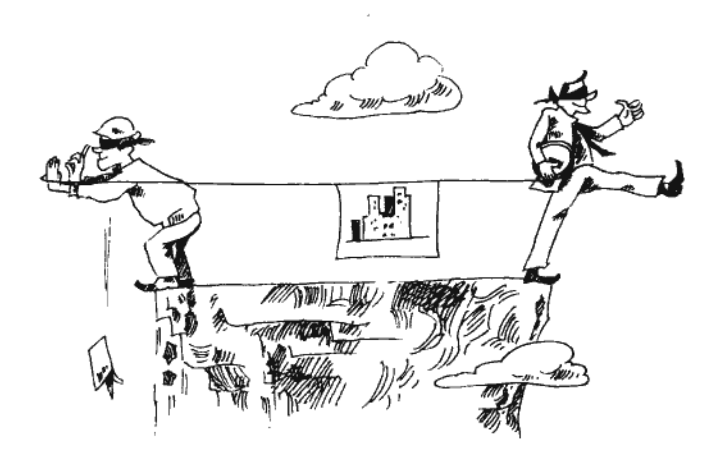
面对现状，企业更多要考虑的是如何解决面临的危机！解决危机要有主动性，而不能被危机牵着鼻子走。发挥主动性，就可以把危机引向对自己最有利的结果。

理论延伸

企业竞争不但是比较实力，而且是比较耐力。谁能够在激烈竞争中保持镇定，谁就拥有更多的筹码。事实上、耐力和实力是成正比的。

好的做法

危机发生后，当事人应当冷静下来，采取有效的措施，隔离危机。企业应该组织有关人员，尤其是专家参与，成立危机处理小组，对危机的状况作一个全面的分析：



诸如危机产生的原因，危机发展的状况及趋势，受影响的公众群体，危机的直接、间接及潜在的受害者群体，具体受影响的程度，可能的解决方式等。

不好的做法

中国不少企业坐等危机到来，而不采取主动出击的措施。零点调查最新公布的《京沪两地企业危机管理现状研究报告》显示，在受采访的企业中，9.2%的企业认为，产品和服务难免会出现问题，因此当出现产品和服务危机时，应“不采取任何措施”；25.5%的企业采取“观望”态度：当出现产品和服务危机时，先不采取措施，视媒体和公众的反应再制订应对方案；39.3%的企业会按照企业内部现行的处理机制进行处理;只有25.5%的企业会立刻根据具体情况制订处理方案并采取行动。

野马的长征

——主动接受不确定性

野马是草原上最自由的动物，它们常常迁徙，从不在一个地区留恋不走。这一次，野马群又准备远行，它们要穿过大沙漠，抵达沙漠后面的高山。

兔子非常惊讶地说：“你们又要离开了，离开这肥美的草地和充足的水源，去穿越可怕的沙漠？你知道沙漠里有什么？你能肯定走出沙漠，就能抵达你们真正的家园？”

野马头领说：“我们不知道沙漠后面的高山是不是我们真正的家园，但是，我们必须主动去接受我们的命运，去寻找我们想要的东西。”

分 析

不确定性是客观存在的，正如寓言中的野马那样，我们只有主动地去接受，而不能一味的逃避，只有这样，才能找到想要的东西。现代社会的快节奏同样使我们处在一个不确定性的世界。对于公司经理们来说，经营管理中的不确定性不但一直存在，而且情况越来越复杂，前景也越来越难以预料。

对此，美国威斯康星大学的组织沟通教授菲利普·科莱皮特称，企业应该主动接受不确定性，因为不确定性意味着机遇。

理论延伸

彼得·圣吉说：“当公司主管以充满确定性与权威的语气将他们所认识的世界描述为真实世界时，他们创造了一个无能的伪装，危险在于所有人都把希望寄托在公司主管身上，希望他们去做思考的工作，去解决所有的问题。”

好的做法

科莱皮特认为，决定企业是朝不确定性还是朝确定性方向发展，主要在于企业管理者的抉择。探索使企业能接触到更多的机会，但是增加了不确定性。探索往往是

建立新的经营模式，而改进则是把现有的经营模式改进得更好。在探索和改进的过程中，进步都可能发生。不过，这对任何企业的管理者来说都是一个艰难的选择。对于那些要成为主动接受不确定性的公司来说，科莱皮特建议培育对不确定性的意识，针对不确定性进行沟通，在不确定性时期鼓励行动。

不好的做法

许多主管在管理中秉承“不求有功，但求无过”的思想，选择压制不确定性，或者假装没有看到。这两种方式都只会掩盖机会，从而阻碍企业的成长。实际上，这些主管选择了确定性带来的舒适感，而放弃了不确定性带来的机遇。

觅食的狗

——战略决策不能多头进行

一天，一条狗正在峡谷里行走，峡谷的两边都是高耸的山峰，山峰的顶上都建有住人的城堡。当这条狗在峡谷里听到左边山峰的城堡里传来开早饭的钟声时，于是它就沿着左边山峰的羊肠小道往上跑，希望能赶到那里去吃早餐。当它跑到1/3路程的时候，左边山峰城堡的钟声停止了。此时，右边山峰的城堡里开始传来开早饭的钟声，表明左边的早饭已经过时而右边开始了。于是，这条狗就转身顺着羊肠小道从左边山峰向右边山峰的城堡跑去，希望能到右边山峰的城堡里去找早餐。当它还没跑到右边1/3路程的时候，右边山峰的钟声又停止了，表明右边的早餐结束了。结果，当这条一无所获的狗听到左边山峰的城堡的钟声又响起的时候，左边城堡开始吃中饭了！于是，这条狗又顺着羊肠小道往左边山峰奔去，结果当它跑到中途的时候，左边钟声又停止了。此时，右边山峰的城堡又开始敲钟了，右边开始吃中餐了，于是这条狗又折返而去。

最后，这条狗是一顿饭也没赶上，又累又饿地死在峡谷里。

分 析

一个企业不能追求过多的发展目标，尤其是不能追求很多矛盾的目标！否则，饿死在峡谷里的狗便是榜样。

如果从现代战略管理的角度来分析的话，很简单，发展目标过多会导致企业的资源分散



和精力的不集中，那么很难在残酷的竞争中谋求自身的成长。

理论延伸

企业战略是一个长期的规划，目的是要获利，但不是所有获利的目标都要包括在企业规划之内。

好的做法

企业战略是一个长期的规划，目的是要获利，但不是所有获利的目标都要包括在企业规划之内。所以，当面临若干个都可以收取客观效益的目标时，切忌太贪心。战略目标太多了，很容易成为企业发展的负担，最终得不偿失。只要在目标恒定的、正确的战略指引下，集中企业有限的资源、精力朝着这一战略明确的方向前进，那么企业成功将只是时间长短问题，而不至于遭遇倾覆的风险！

不好的做法

追求矛盾的发展目标，极有可能导致资源的相互冲突和正负抵消。当年，深圳巨人集团发迹于电脑行业之后产生了急功近利的思想，大举进军房地产和保健品市场。多面作战最终带来的是惨淡收场。

贪心的乌鸦

——不要被既得利益蒙蔽了理智

狐狸一直想吃掉树上的乌鸦和它的孩子们，乌鸦却对狐狸早有提防。

一天早晨，当乌鸦准备为孩子们找吃的的时候，突然发现树角下躺着十几只死虫子。会是谁放在这儿的？正当乌鸦百思不得其解的时候，狐狸出现了。“啊，亲爱的乌鸦妹妹，你今天不必去老远的地方找吃的了，我已经给你准备好虫子了，你该好好陪陪你的孩子们。”说完，狐狸远远地站在了一边，一直微笑着。乌鸦想，既然走出那么远，谅它也没有足够的时间跑过来袭击我。然后立刻飞到了地上，把所有的虫子分几次叼回到窝里，狐狸总是远远地站在一边微笑着。

第二天早晨，乌鸦又发现了虫子，远处的狐狸依然向它问好。乌鸦毫无顾忌地把虫子叼了上来。这样，狐狸几乎每天给乌鸦虫子吃，而它离虫子的位置却越来越近了，乌鸦对狐狸的警惕倒放松了许多。一天，小乌鸦们对妈妈说：“让我们自己下去找虫子吧。”乌鸦想想也是，反正狐狸对它越来越客气了，不会有事的。乌鸦带着它的孩子在树底下尽情地吃着狐狸送来的虫子，它们却忘记了周围。突然，狐狸以飞快的速度冲到了乌鸦面前，还没来得及反应，乌鸦就被狐狸咬死了，那些不太会飞的小乌鸦也被狐狸咬死了。

分 析

乌鸦因为舍不得既得利益，所以不愿意立即改正自己的错误。等到它发现自己为了一些

虫子而即将失去生命的时候，后悔已经来不及了。

理论延伸

通常，企业改革伴随着金钱、权力、荣誉等方面利益的重新分配，这必然会损害一部分人的利益。

因此，最大的阻力来自内部，特别是曾为企业做出过重要贡献现仍居企业重要位置的同盟者。而最大的困难则是要痛下决心铲除来自既得利益者的阻力。

好的做法

中国民营企业改革中来自既得利益层的阻力是很大的，这种利益层的阻力就如乌鸦获得的既得利益，它是现实地存在着的。中国民营企业生存困难，不是因为企业的领导者缺乏对发展前景的洞察力，也不是领导者缺乏创新发展的魄力，而在于公司需要大规模改革、再造时，无力化解来自既得利益阶层的阻力。改革是企业一种彻底更新的行为，原有利益分配体系必然被打破、瓦解。因此，改革会遇到原有既得利益集团的阻力是必然的，关键在于打破原有利益分配体系的同时，要迅速建立新的、合理的、能被大多数人所接受的利益分配体系，这样才能增强改革的抗打击能力。

不好的做法

一些企业领导人在企业改革过程中遇到既得利益层的阻力时，不是想办法化解阻力，而是急躁、霸权、粗暴地解除元老职务，盲目地使用“空降兵”去强行推行既定的政策，其结果是原来的亲信众叛亲离，“空降兵”也无法施展才华，内部环境稳定性完全失控，最终导致改革彻底失败。一般来说，来自既得利益阶层的阻力是强大甚至致命的，如果处理不当会给企业革新带来毁灭性打击。

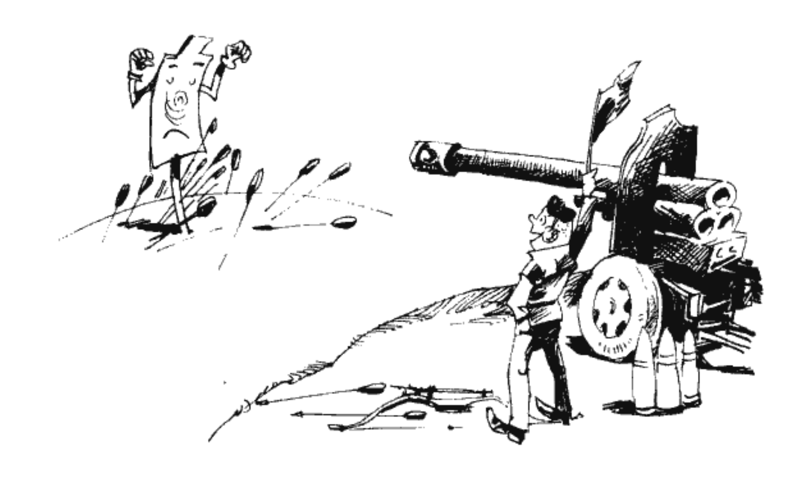
猴子骑马

——正确地吸取教训

有个猴子看见人骑着马来来往往，非常羡慕。它也想找匹马试试，但没有地方能够弄到马。它甚至梦见自己骑马，高兴得不得了。醒来后，它忍不住来到附近的乡村里，偷偷地爬上马的背，然后解开缰绳。

马儿欢快地小跑出了城，走上田间的小路。那马一见到野外的青草地，一下子兴奋起来，嘶叫着向前奔跑，就像饥饿的人见到了面包一样。猴子吓得抱着马鞍大声惊叫，一下子被摔了下来，马从它的身上跳跃而过，它自己则一头扎进淤泥里一尺多深，幸亏附近的村民赶来把它救了。它后怕地说：“我第一次骑马被摔成这样，说明我没有这个天分。”

村民听了，哈哈笑道：“你都没有学过骑马，怎么能驾驭它呢？失败不可怕，可怕的是你不知道自己为什么失败。”



分 析

“失败不可怕，可怕的是不知道为何失败。”说得非常经典。有一位世界500强企业的总裁在与学生的座谈会上，开口第一句话就是：“与其说我是来同你们一起来谈论成功的经验，还不如说是谈谈失败的过程，因为所有的成功都是建立在失败之上的。”

理论延伸

辩证认识“失败”，正确对待和认真总结“失败”，找到经验和教训，增强勇气和信心，积极探求转败为胜的办法并努力去实践。

好的做法

正视失败，对症下药，就能避免重蹈覆辙，走向成功，这就是“失败乃成功之母”的道理。如果对自己的失败百般护短，担心亮“丑”会砸了企业的牌子，而没有主动认错的勇气。这种逃避失败的心态不可能激发创新的动力。经营企业，失败不可避免，关键是对待失败要有正确、明智、虚心的态度，因为人们从失败中学到的东西和受到的教育往往要比成功中得到的多得多。

不好的做法

面对失败是文过饰非还是吸取教训，截然不同的态度，其结果必定大相径庭。掩饰失败，不敢言败，必然陷入失败的泥坑不能自拔，永远走不出失败的怪圈和阴影，一败再败，直至破产倒闭。

没有特权的狮王

——企业文化造就真正需要的人才

狮子当上百兽之王后，着手致力于森林中的各项建设。一天，它召集动物们开一个会，

一只羚羊看到狮子大老远地从小路对面小跑着过来，它后来才知道，原来狮子看到办公室门口的停车位已满，就把车停到小路对面，但又有几位重要的客人在等着它，所以它只好几乎是小跑着回办公室了。

狮子说，最好的停车位是留给大家的，管理人员哪怕是狮王也不享有特权。在狮子的带领下，森林管理到位，大家和睦相处。

这是说，好的环境更利于事情向好的方向发展。

分 析

没有特权的狮王，引领动物们创造出和睦相处的氛围，这实在值得勾心斗角的企业管理层学习借鉴。事实上，这种氛围就如企业文化一样。在现实生活中，很多企业都是从塑造员工习惯入手找到一条务实的、可操作的门道。

从这个意义上来说，树立一种好的企业文化，比简单地改变员工更有可能培训出良好的员工。

理论延伸

一般说来，企业就好像一驾马车，有制度和文化两个轮子。制度就是明文规定的项目，而企业文化则是无法形之于文的。一明一暗两个因素都会对企业发展产生重大影响。

好的做法

文化与管理的关系犹如土壤与庄稼的关系，华为从诞生的那一天起就注意精心培育企业文化，并自觉地将文化注入企业的经营管理活动之中，从而产生了巨大的管理效能。正如任正非提出的："文化是为华为公司的发展提供土壤，文化的使命是使土壤更肥沃、更疏松，管理是种庄稼，其使命是多打粮食。"

不好的做法

传统的民营企业在成长过程中普遍存在很多不适应现代市场经济要求或违背以人为本理念的文化现象：家族管理、个人独断专行、诚信缺失、忽视激励、管理层与员工关系疏远，甚至严重缺乏团队凝聚力。这些问题如果不能引起领导者的高度重视并及时解决，将会影响企业的进一步发展，甚至在市场形势突变的时候，直接给企业带来灭顶之灾，郑百文、三株、飞龙等已是前车之鉴。

惭愧的狼

——创新要有实力

世界上有一只有人情味的狼，它对自己的残酷暴行作了深刻的反省。也许它不是真的有人情味，而是因为被人打怕了，所以情不自禁地觉得人们这么恨它，应该是有一点理由的。

狼自省道："我被每一个人憎恨，成为大家的公敌。村里的人全都要消灭我，他们的

喊打声连朱庇特在天上都听得发晕。这么多人讨厌我，想必有一定的理由，难道我真的错了吗？”

狼痛苦地想：为了捕捉我，乡下的绅士纷纷贴出了告示。但细算起来，我也是一个生命啊，我也要生存，而我为满足食欲吃掉的所有肉食，算来顶多就是一头长了癣的叫驴、一只遭瘟的羊或者一只好斗的狗。虽然如此，但是从今往后我改吃素吧，吃素的痛苦肯定要比被大家憎骂要轻得多。

狼边说边走，一眼看到了牧羊人正在用铁签叉着羊羔肉片烤着吃。

狼悲痛地喊道：“我正在责备自己把羊咬得直流血，而这看羊的人倒正在杀羊烤肉，吃得满嘴流油，而且安全又自在。人自己都不觉得惭愧，作为一只狼，我心里倒有如此之多的顾虑，这太让人好笑了。”

一只乌鸦飞过去，“呱呱呱”地大笑道：“你这个笨蛋，你觉得真理站在人的那边只不过因为他们很强大。你只不过是一只狼，你没有实力去改变这个现状，只有人才能强大到不停地变出各种新的说法来。”

分 析

人类捕杀各类猎物，大摆筵席，大吃大嚼，而本应吃肉的狼却受到打击及追杀。

狼的错误就在于在这弱肉强食的世界上，它不是最能称霸的动物，竞争的规则不是由它来制定的。在竞争中，领先者才有发言权。

标准是利益载体，制定者才能享受最大的利益。

标准也是游戏规则，漠视它的企业往往被排斥出局。你可以说它不公平，但是你无力改变它的时候，你就只有遵守。

理论延伸

四流企业卖力气，三流企业卖产品，二流企业卖技术，一流企业卖标准。

好的做法

中国电讯行业参与国际标准制定可谓是一个积极的例子。“技术专利化，专利标准化，标准国际化”是国际厂商的通常做法。中国最初参加国际电信联盟(ITU)时，插不上话，也没有文稿。中国通信标准化协会副理事长周宝信戏称当时是“哑巴会员”。他说：“现在中国企业参与国际标准组织越来越积极，声音也越来越大。”2002年经中国通信标准化协会审查后提交给ITU的文稿有32篇，参加33人；2003年有74篇文稿，参加76人。文稿经标准组织通过后成为标准。在ITU已经通过的4000多项标准中，有10项来自中国：烽火网络的X.85、X.86和X.87；大唐的TD-SCDMA；北京邮电大学的6个网管标准。此外还有5项标准在研究中。

不好的做法

目前，中国很多企业仍然面临一种窘境。因为中国拥有自主知识产权的国际标准仍以“千分之几”来计算，所以，中国企业绝大多数时候只能被动服从于他人设定的技术路线，在竞争中受制于人，长期被困于全球产业价值链的下游。

披虎皮的驴

——创新不是欺骗

一头驴在森林边上忧郁地徘徊。它总是受到别人的嘲笑，因为它其貌不扬，奔跑不迅速，总是埋头吃草，也没有什么远大的志向。别说凶猛的狼总是把它作为捕猎的第一对象，就是调皮的野兔、灰不溜秋的田鼠都敢跑到它的面前来取笑它一番。

驴仰天悲啸了一声，然后惭愧地低下头来。它觉得连自己的嗓音都是那么的难听。该怎么改变自己悲惨的命运呢？俗话说："人靠衣冠，马靠鞍鞯。"也许换个好行头，就能够振奋自己的精神吧。可是天生了这一副臭皮囊，难不成还要把自己的驴皮扒下来么？驴忧郁地边走边想。正在这时，它看见草丛中有个十分显眼的东西。走近一看，吓得它腿肚子发软，原来有只老虎正盯着它。

唉，我今天肯定要死了。驴在心底为自己的命运做最后的哀悼，祈求下辈子即使不能变成虎，至少也要变成一匹雄健的马。可是，过了好久老虎仍没有动静。它想，反正要死了，不如看看是什么。但慢慢靠近一看，那哪里是虎，而是虎皮。可能是哪个猎人暂时放在这里，等着狩猎结束后一起带回家的。哎，森林之王死了以后，还是那么威风。驴心里无比地羡慕，情不自禁地走过去，披上了那身华丽的皮毛。

也许真是衣冠壮人胆吧，驴开心地往森林深处走去。动物们开始都恭敬地行礼，小心地避让。但是不久，大家都看出端倪来了。狼居然忘记了扑上去饱餐一顿，反而笑得肚子都痛了。它大笑说："你这个蠢东西，你要记住了，给自己做个形象设计。打个广告没有错误，不过，再怎么化妆你也不是一只威武的老虎。"

分 析

企业做广告提升自己的形象，为新产品做宣传是一种正当的手段。

但是热衷于花巨资搞广告宣传，大吹大擂、弄虚作假、欺骗消费者可是一个危险的途径。披着虎皮的驴就是一个很好的例子。

这种做法，虽然有可能很快地把企业和自己抬起来，几乎尽人皆知。可是当消费者从欺骗中觉醒过来之后，企业自然又会从顶峰上跌落下来。

理论延伸

在市场经济发达的时代，广告宣传是不可少的。但是，任何广告宣传都要量力而行。

好的做法

大凡畅销的产品，其创新之处，都在于对消费者深刻的了解与洞察，并从这些了解与洞察中对产品进行定位。定位决定产品创新方向。创新的产品都需要进行广泛的宣传，使其深入民心。

不好的做法

企业过于热衷对外宣传，必然妨碍长远的发展。更何况在有限的资金中，广告费多了，技改投入就少，这必然影响到技术和产品的创新。技术和产品不创新，企业就无生机和活力，无发展后劲。企业越没有竞争力，就越要依靠广告宣传来提升知名度，最后难免走上夸大不实的道路。欺骗消费者即使一时得逞，到头来，必将遭到消费者的报复，最终落得身败名裂的可耻下场。

蜗牛的愿望

——创新不是嘴头上说的

有一只蜗牛，很想做成一番惊天动地的事业，每天耽于幻想，总爱把自己的打算告诉别人。

开始它想东游泰山，一直爬到山顶，可一计算，要实现这个计划，至少需要3000年时间，想来可怕，只好忍痛放弃这个打算。

后来它又想南下爬到长江边上，看一看奔腾的江水，可一计算至少也需要3000年时间，没办法，它也只能放弃了。

蜗牛知道自己的生命非常短暂，不禁十分悲哀，于是什么也不肯做了，最终死在野草丛中。

分 析

寓言中，蜗牛尽管有雄心，但却由于习惯于已有的生活方式，怕改变、怕创新，最终死在野草丛中。

在现实生活中，创新的胆量和意愿远比创新本身还要重要。

创新是有风险的，因此，创新绝对不是口头上说说就了事的。喜欢新东西和创造新东西截然不同。爱好没有风险，创新则可能失败。

理论延伸

美国硅谷文化第一条就是：允许失败、鼓励创新。正是对创新的推崇和鼓励才造就了硅谷的高科技神话。美国财经媒体评论：硅谷的战略营销能力比它的科技开发能力更为关键。

好的做法

只要企业拥有真正先进的、鼓励创新的文化，那么企业自然就会有合适的人来从事创新。全球卓越企业的真正核心竞争力都在于其各自独特的企业智慧，这是先进企业文化培育出来的。只要企业弘扬“以创新求质量”的精神，摒弃以前“小家碧玉”式的企业管理思维，培养具有大家风范的企业文化管理体系，以宏观、进取的精神打破质量文化的一潭死水，企业自然会风生水起，走向卓越。

不好的做法

虽然许多企业家口口声声强调创新的重要性，但是为什么创新这么难？为什么许多中国的公司和组织迫不及待地招聘一大堆所谓创新人才，却又害怕创新所带来的不确定性和风险，因而常常让他们坐冷板凳？无非是害怕其中的风险。因此，招聘人才不过是企业宣传、树立形象的一个幌子，真正的人才来了，他们心里反而开始犹豫。

猴王上任

——打破传统的壁垒

在原来的山上，老猴当政，小猴遭殃。山上大旱，水果大量减产，可是老猴却留恋家园，不愿搬迁。于是猴群爆发大战，老猴被赶下台。待到年轻的新猴王上任之后，马上决定率领猴群搬到其他的山上。新家园就在野生的果林里，猴子们举手就可以有鲜美的水果吃。但是，去新家的路却比较崎岖，对猴子们来说是一个非常严峻的考验。

部分猴子想留在原先的家园里，在搬家的过程中消极怠工。新猴王恼了，挥着爪子，呲牙咧嘴地威胁，终于让这群懒鬼振作起来，和大家一起搬到新的住所里。到了新家，它们发现比在老地方还要逍遥，不用辛辛苦苦地到处去采果子，而有更多的时间玩耍，于是纷纷称赞新猴王的英明。

新猴王感叹地说："你们昨天还在留恋旧家的温暖，反对我搬家。今天，你们得到了利益，所以又来称赞我的英明。如果明天我认为这个地方不适合居住了，需要大家重新搬家，你们还是会阻拦我的。你们不明白，作为弱小的猴子，只有不断地搬家，才能找到比原来更好的居住环境。你们眼里，只有现在的好处，所以，在需要变化的时候，我只能使用暴力的手段，才能让你们明白未来的好处。"

分 析

企业发展和猴群搬迁一样，在新形势下，只有变革才有生存，变革会带来一种新的生存模式。

在高新技术企业的创业阶段，技术专家的作用是最重要的，而到了高速发展时期，没有现代化、规范化的管理，是绝对不行的。

电子商务飞速发展，其特殊的经营模式，必然会改变我们传统的管理模式和管理理念。无论电子商务将来的走向如何，至少它在管理上对我们的影响是巨大的。

理论延伸

管理不是制度，更不是教条。在一定意义上说，管理是平衡，管理是沟通。市场的特征就是瞬息万变，管理也必须因应形势。为此就需企业内部的沟通，以及内外部的平衡，其实就是"变"。

好的做法

电子商务的实质是减少中间费用、库存和流动资金，使生产“直达”消费。电子商务对企业的经营环境产生了巨大的影响，使企业的整个外在环境产生变化，这就要求企业作出相应的整体战略和具体策略上的调整，以适应变化。

不好的做法

目前，国内的电子商务尚未和基础生产体系有效地结合。因此，它只是浮在社会生产的表面，还没有完全发挥出自己的作用。而大部分企业对于电子商务的态度依然是浮夸而不是实用，这也阻碍了后者的正常发展。因此，中国的电子商务尚未完全打破传统势力的壁垒。

龟兔赛跑

——要创新就要冒风险

第一次龟兔赛跑结束之后，兔子发誓下次一定要赢了乌龟。于是，它们开始了第二次比赛。为了报一箭之仇，给乌龟一些颜色看看，兔子故意增加了比赛的难度。比赛的路径要经过一处悬崖峭壁，悬崖上的一段路在下雨时被山上流下来的雨水给截断了，但缺口不是很宽，虽然兔子很容易跳过去，但乌龟是无论如何也过不去的。乌龟显然不知底细，但它还是答应了。

比赛开始了，兔子遥遥领先，快跑到缺口时就开始躺下了，我倒要在此看看乌龟怎样爬过去。兔子美滋滋地想，又渐渐地睡着了。

半小时之后，乌龟慢悠悠地跑了过来，它被缺口给吓坏了，但它没有叫醒兔子。该怎么办呢？突然，乌龟发现缺口上方有一棵树，树枝垂到了缺口边。

“有啦！”乌龟高兴地差点叫出声来。它小心翼翼地用嘴使劲咬紧树枝，下定决心，壮着胆子向后退几步，然后用力向前冲去，“嗖！”树枝把乌龟甩到了缺口的另一边。乌龟拍拍身上的土，看看对面熟睡的兔子，继续赶路，半小时之后终于首先到达了终点。当兔子来到终点时，乌龟在那里正美滋滋地睡着呢，兔子气得差点哭出来。

分 析

兔子本以为总结上次的经验教训，这次一定胜券在握，哪里想到乌龟不仅具有勤奋刻苦的优秀品质，而且善于动脑，练就了聪明绝顶的非凡本领。企业在发展过程中，同一领域内的各个企业竞争异常激烈，如何在惨烈的竞争中胜出，是每一个企业的生死课题。为此，企业可以开发新的业务领域，跨越自身的劣势，以致变劣势为优势，这就需要企业进行产品创新。在品牌创新中把握市场机遇尤为重要。如果市场同类优质名牌产品较少，或者在新兴产业、快速成长的市场上创新品牌，成功的可能性就会很大。而又想吃鱼又怕被刺，这种首鼠两端的态度会贻误战机的。

理论延伸

科龙电器整合传播部部长刘伟湘认为："自创品牌自由度大，一旦成功可以独享其带来的高额利润。但这首先需要大量投资去做市场调研等基础工作，而且新品牌成熟需要一定周期，可能遭受定位失误和市场变动的风险。"

好的做法

新产品导入期里，速度是关键。就好像那个乌龟要迅速地下决断，否则就会让兔子领先。对待新品牌，不但要有速度，而且要注意以下几个问题：第一，对新品牌必须认真培育；第二，好的包装同样可以提升品牌；第三，差异就是美丽，尤其在产品同质化的时代，品牌差异化尤为重要。

不好的做法

国内企业在品牌创新中，通常不会犹豫，但是会犯一个"过犹不及"的错误。也就是在缺乏一个试销阶段的时候，就匆匆大范围推广产品。在推广中又不知道如何评估，应变能力亟待提高。大企业太过于热衷创新品牌，不想"肥水流入外人田"。但结果就是企业内部各品牌间的自相残杀，相互间产生了很多的负面影响。

披上狼皮的狐狸

——模仿不能改变自己的本质

有只狐狸极想变成狼，它对狼说："亲爱的，我的饭菜通常总是一只老公鸡，不然就是些瘦小鸡。见到这饭菜我就倒胃口。你的饭菜比我的丰富得多，所担的风险又小。我必须走近住宅，而你躲在一旁就行了。把你的本事教给我吧，好哥们儿，行个方便吧！让我成为狐狸中最棒的一只，能在铁叉上烧烤一只肥羊慢慢享用。我是绝对不会忘恩负义的。"

狼满意地说："我乐意为你效劳。有一个和我争吃羊的家伙刚死掉了，你赶紧去把它的皮拿来穿上。"狐狸正想去取狼皮，狼又说道："假如你想甩掉看守羊群的猎狗，你非得学会一些必要的本领不可。"

狐狸披上了狼皮，反复操练着它的狼老师告诉它的动作要领。开始时的动作还不太像，到后来就十分逼真了，以至于惟妙惟肖，以假乱真。

正当它刚学好这套本领时，恰巧有群羊从此地经过。这只披着狼皮的狐狸立刻奔了过去，一时间恐怖气氛笼罩了山野。羊群都朝村子里狂奔逃命，只有一只母羊跑得慢，快被这个披着狼皮的强盗抓住了。

可就在几步之遥，狐狸听到一只公鸡打鸣叫了起来，这个不合格的学生马上朝公鸡蹿了过去，把它老师给的那件"狼皮工作服"丢在了地上。什么母山羊、动作要领、辅导教师啦，全都抛到了脑后，它向往的猎物还是那只令它垂涎的鸡。

分 析

伪装毫无作用，以为这样就能改变一个人的秉性，那只是痴人说梦！只要机会适宜，他们立刻故态复萌，一切照旧！

企业发展也是同样的道理，如果只是简单地跟风，而不是积极地吸取别的企业的优点，转化为自己的特色，那就不是真正的创新。

理论延伸

古诗云：“神兵非学到，自古不留诀。”企业发展的要诀全在于对发展内涵的感悟上，如果生搬硬套，那就变成四不像了。

好的做法

企业发展可以学习别的企业的优点，但需要明确的一点是，要学真东西，比如，企业文化、管理。而不是仅仅满足于外在的形成。在学习的同时，应该有意地去克服、超越那些不好的东西，只有这样，才能得到发展。

不好的做法

有些企业喜欢走“东施效颦”的“捷径”。看到别的行业、别的企业的战略获得成功，便盲目跟风。尤其是在企业进入新产业的问题上，缺乏独立判断，热衷于“跟紧大势，人云亦云”，致使许多同行业内企业的发展战略高度雷同。近来，我国许多企业不顾自身的资源状况，在战略上猛刮“高科技”之风。殊不知，高科技企业在具备一般企业应有的资源之外，必须具有很强的抗风险能力，方能在市场上立足。高科技同时也蕴含着高风险。

白猫和黑猫

——建立创新的机制

饥饿的白猫和黑猫得到了老虎的恩赐:一根渔竿和一篓鲜活硕大的鱼。白猫要了一篓鱼，黑猫要了渔竿，于是它们分道扬镳了。

没用多久，白猫用干柴点起篝火把所有的鱼都煮着吃了，不久它便饿死在空空的鱼篓旁边。黑猫提着渔竿，忍着饿艰难地走向大海，可当它看到不远处那蔚蓝的大海时，它浑身最后的一点力气使完了，只能眼巴巴地看着大海死去。

另两只饥饿的白猫和黑猫同样得到了老虎的恩赐：一根渔竿和一篓鲜活硕大的鱼。只是它们并没有各奔东西，而是商定共同去寻找大海。

它俩每次只煮一条鱼，经过艰难的跋涉，终于来到了大海边。从此，白猫和黑猫开始了捕鱼为生的日子。几年后，它们盖起了房子，有了各自的家庭，都过上了美满幸福的生活。

分 析

企业单个因素的创新很重要，但全部因素的和谐才是企业创新的基石与保障。

合作双赢，在寓言中再一次大放光彩。在现实企业中，非系统的单一因素创新，只能是创新活动，而不是完全意义上的企业创新。它不能够帮助你建立一个全新的程式。

理论延伸

创新是系统的优化组合，非单一因素的突破。就企业本身来说，创新的前奏在于企业文化从“英雄主义”到“集体主义”的转变。

好的做法

美的集团董事局主席、总裁何享健认为，集团成立之初，个人的决策发挥了重要作用，但是美的选择事业部制才是美的发展的关键一步。事业部制使公司总部从琐事管理中解放出来，进行总体战略决策，控制各事业部首脑任免的人事权、规模额度和投资额度。美的认为一套运行良好的制度是将来业绩的保障。至今，美的无亏损投资和亏损项目，产业结构和产品结构合理。对已被证明有效的事业部制，美的在2000年进一步全面推进事业部制公司化及事业部管理下的二级子公司运作模式，进一步完善现代企业制度。

不好的做法

中国企业中的一些老板不能听进别人的值得借鉴的意见和建议，不能进行很好的合作。企业的成功与失败都系于一人之身，而不是一个完善的制度。而且，其直接后果就是封闭式的管理，不能容纳外来的血液。正所谓“一潭死水”，当然不能养活生生的鱼了。

虎口的狐狸

——创新不能避开危机

自从老虎知道自己上了狐狸的当，败坏了自己的名声后，发誓一定要抓住狐狸，抽了它的筋，喝了它的血，吃了它的肉。

一天，老虎在森林里寻找食物，突然看见狐狸在河边站着，它就跑过去气愤地对狐狸说：“你这条狡猾的狐狸，可把我害苦了，今天，你是逃不出我掌心的。”

狐狸知道自己硬拼是不行，否则今天自己是死路一条，它眼珠一转，突然计上心来，装出一副不服气的样子说：“因为我正在河边洗脚，没来得及穿鞋逃过去，要是先穿上鞋我早就跑得无影无踪了。”

老虎听了这话，火冒三丈，它说：“就你这熊样，你能跑过我吗？”

“当然啦，想当年我还是百兽运动会长跑和短跑第一名，就是野兔见我也不得不向我低头。”

“既然这样，咱俩就比上一回，从这个山头跑到那边那个山头，要是你赢了，我就不吃

你，以后不找你的事；要是你输了，我就吃了你！”

于是，老虎和狐狸就站在起跑线上开始跑，老虎为了挽回自己的名声，并且能美餐一顿，就像离弦的箭一样向山头跑去。狐狸却故意跑得慢，等老虎跑远了，狐狸一溜烟似的钻进树林里。到了终点，老虎发现自己上当的时候，狐狸早跑得无影无踪了。

分 析

寓言中，狐狸的战略说到底就是不拘泥平常的思路，出奇制胜。同样，在企业经营中，管理层在制定企业战略时应当考虑到公司未来发展可能遭遇的各种突变。

战略管理能力强的公司会密切关注内外环境的变化，主动利用机会、避开危机，求得快速发展，而不会拘泥于教条化的战略。

理论延伸

从古至今，兵法强调“战胜不复”，意思是基本原则可以常用，具体方法却不能重复。比如，“出奇制胜”这个原则可以反复使用，但是运用的方法必须不断创新，重复就意味着失败。

好的做法

1989年8月，长虹公司突出奇兵，宣布降价，一招就激活了整个彩电市场，库存的彩电一销而空，夺得了彩电霸主的地位。但在其后，它又发动了数次降价风潮，却未能再收硕果，并曾一度失去霸主地位。直到2001年，凭借背投彩电才再次崛起。

不好的做法

重复地使用某种战略或者战术，对于企业来说是非常危险的。这不仅仅意味着企业领导人的短视浅见，而且还主动暴露了企业的弱点，让竞争对手的攻击更有目标，给企业造成的损失也就更加严重。

小狮子“生病”

——创新带来活力

狮子妈妈和狮子爸爸最近老是吵个不停，狮子妈妈说狮子爸爸越来越懒，很少出去找食物，以至于它们母子俩老是挨饿。

狮子爸爸说狮子妈妈只爱唠叨，一点家务活也不干。两个谁也不服谁，整个家庭气氛绷得紧紧的，没有一点生气。小狮子感到非常难过，但无论它如何劝，也无济于事。

小猴子来串门，小狮子趁父母不在的时机向小猴子诉说了自己的苦衷，小猴子说：“我以为什么大事呢，这样，你照我的办法去做，保准他们和好！”

第二天早上，小狮子躺在床上说自己难受。狮子妈妈吓了一跳，小狮子说：“家里这么脏，待的时间久了，我的身体越来越差。”说完就哭起来了。

狮子妈妈急得团团转，马上出去买药，回来对小狮子说：“妈妈以后一定要把家里打扫

得干干净净的！”狮子爸爸回来看见小狮子这个样子也吓了一跳，小狮子说：“我每天只吃一点点东西，我的身体越来越差。”

狮子爸爸后悔地说：“孩子，都怪我，以后我再也不让你们挨饿了！”

小猴子教给小狮子的这个办法果然灵验，从此，狮子妈妈和狮子爸爸再也不吵架了，各负其责，一家三口的日子过得非常幸福。

分 析

体验新的东西虽然有风险，但是也会带来活力。寓言中的小狮子可以说是享尽其妙。在现代企业中，企业快速发展的答案就是坚持创新，这是企业活力之源。企业本来就是商海弄潮儿，又何必惧怕海浪打湿裤腿呢？

理论延伸

企业要有水的特性，有时候平稳流动，有时候奔腾向前，有时候一泻千里。总之，要有活力。

好的做法

2003年，联想集团顶尖品牌特性为：诚信、创新、优质。联想手机就承载了“创新有活力”这一特性。自创建以来，在技术创新方面屡有所获的联想移动一直被业界认为是率领国产手机技术脱贫的领头羊之一。1999年起，联想就开始了Windows的基于掌上电脑的研发；2000年完成了彩屏手机的研发；2001年又成功开发出了Pocket PC。当时，全球只有四家公司——Compaq、HP、Casio和联想开发出了同类产品，至今，联想仍保持着世界领先地位。

不好的做法

企业进入平稳期后，容易萌生“不求有功，但求无过”的想法，而且美其名曰“稳步发展”。事实上，外部环境的变化无时不在，无处不在，固守原来的一切，后果只能是难以适应变化了的环境而被淘汰。

七只老虎分肉

——合理分配才能留住人才

有七只老虎曾经住在一起，每天分一大块肉。要命的是，肉每天都是不够的。一开始，它们抓阄决定谁来分肉，每天轮一个。

于是乎每周下来，它们只有一天是饱的，就是自己分肉的那一天。后来开始它们推选出一只道德高尚的老虎出来分肉。

强权就会产生腐败，大家开始挖空心思去讨好它、贿赂它，搞得整个小团体乌烟障气。然后大家开始组成三只老虎的分肉委员会及四只老虎的评选委员会，互相攻击扯皮，结果有

几只老虎准备离去。

最后，有一只老虎想出来一个方法：轮流分肉，但分肉的老虎要等其他老虎都挑完后拿剩下的最后一块。为了不让自己吃到最少的，每只老虎都尽量分得平均，就算不平，也只能认了。这样，大家快快乐乐，和和气气，日子越过越好。

分 析

收益分配上的问题，曾一度使七只虎兄弟攻击扯皮，闹得不可开交。在现实生活中，分配问题也是人们生活中的重要问题。改革开放20多年以来，社会生活发生了巨大变化，追求一定程度物质生活的满足是每个人的愿望。

当一个人觉得在企业的收入较低或者经济收入不能体现自己价值的时候，离职就成为他自然而然的选择。

收益分配不公，这曾是我国高科技行业的人才大量流向国外或者国内外企的原因。

理论延伸

企业创新带来的收益要在企业内部合理分配，尤其是要奖励核心技术人员。如果分配不公平，直接后果就是人才的外流。

好的做法

实践表明，进行资产结构调整，给优秀的技术、管理人才一定的股权，使其利益与企业紧密相连是一剂良方。对自己所效力的企业拥有一定的所有权，能够激起人才对组织成功的浓厚兴趣，并为此付出努力。员工持股具有双重效果，它既提供了一种积累资金的办法，又能提高员工的积极性，增强员工的凝聚力。因而让员工持股是一种有效吸引和留住人才的途径。据调查发现，企业让员工持有的股份越多，越能激发员工的工作责任感和工作热情，员工跳槽率就越小。

不好的做法

企业用人才为自己创造效益，但是不愿意让人才公平地参与效益的分配。这样做，不但让员工寒心，也削弱了自己的长远创造力。

鹰与孔雀

——传统与创新的冲突

从前，鸟类王国的主要管理者是一群鹰。它们很聪明，但是太在意传统的风格。它们坚持要进入帝国高层的所有鸟儿都必须身着礼服。它们始终坚信着装与做事一样重要，所以一致坚持那代表着团结与身份的象征。至于其余鸟儿们，则可以随便穿五颜六色、色彩斑斓的衣服。这些服饰表明了它们作为一般成员的身份。

鸟类中不乏有胸怀大志、努力往上爬的一群。它们被鼓励遵循鹰的行为模式，当然也包括



必须穿上那套黑色的鹰制服。它们学习如何进行鹰式的行走，并时刻以自己的领导为榜样。

有一天，鸟类王国里飞来了一只孔雀。它个性张扬，绚丽多彩，创意层出不穷，因此被视为这个王国里真正有潜质的接班人。鹰对这次全新的招聘感到愉悦。孔雀也尽情地发挥，结果，表现令人相当满意。

然而，没过多久鹰便开始对孔雀小声地抱怨："太张扬了！""太花哨了！""太自作主张了!!!"显然，这一切开始让鹰感到不自在了。孔雀一想到事事必须效仿鹰，自己也变得不开心了。

鹰想放弃这只不屈服的孔雀，但是又舍不得它的才华，从此陷入两难的困境。孔雀舍不得目前的高位，但是也不愿意被同化，天天在考虑一个两全其美的方法，变得无心去工作。其他的鸟儿们则纷纷议论："我们的王国该向何处去？我们该学鹰，还是学孔雀？"

分 析

许多公司里都有着类似的现象。他们往往宣称创新精神会给公司注入新鲜的血液。然而，当真正的"孔雀"们凭借被相中的创新精神加入公司后，便会发现，为了遵循所谓的行为标准，他们必须压抑自己的创新精神。

理论延伸

企业的文化应该是多元性的。但是，多元性文化的缔造需要一个过程。这个过程并非一日之间就可以建造起来的。创造多元性企业文化是创新的一个重要过程，需要企业各个阶层的包容与配合。尤其是企业的老员工需要有心理上的准备，否则，任何一个细微的改动都会被认为是针对他们的挑衅。发展下去的结果，就是企业文化不但没有实现新的创新，反而造成了企业内部的分裂。

好的做法

企业如果要具有更多的活力，必须适应环境的变化，应对未来的风险和危机。鲁迅先生说过"拿来主义"，所以，企业应当稳中求变，在保持自己固有的企业制度和企业文化的情况下学习和吸收新的东西，这样企业才能真正发展。

不好的做法

一些企业老板固守传统，他们不会轻易地改变自己的思想和风格，尤其在取得一些成就的情况下，他们更是固守传统而拒纳创新思维，这是战略上的失误。结果企业逐步走向单一性，走向失败。

两只母山羊

——企业内部利益冲突的解决

两只母山羊吃饱了草，就任性骄横地撒起野来。它俩试图碰碰运气，就出发到外面去旅行。它们在牧场外道别，然后分别沿着荒凉的地方一直朝前走去。

在一座桥上，它们又相遇了。只见一条小河欢快地流过，横在它俩中间，而河上搭了块木板，木板很窄。

桥下水深流急，两只母山羊看了不禁发抖害怕起来。尽管桥窄难以擦肩通过，但为了抢先过桥，两只羊同时把脚踩上了木板，这场面大家可想而知，它们一步一步地逼近，脸对脸，傲气十足，双方谁也不退缩，都不愿意放下架子后退一步。

两羊对峙了一阵，各不相让，同时冲向对方，结果全被撞到桥下，跌入了湍急的水中。

分 析

两只山羊把事情看成了自己单方面的胜利或者是自己的荣誉问题，把简单的利益分配问题意识形态化，结果导致共同的毁灭。

企业内部需要沟通，以获得一致的利益，尤其是企业内部员工之间、部门之间的关系必须融合统一起来。

企业内部有共同利益，但是也有个人之间、部门之间的独特的利益，在实现这些利益的过程中，各个部门肯定会发生冲突。冲突到来之时，必须有一方做出让步，才能维护大家共同的利益和各自的利益。

理论延伸

著名的英国管理学先驱芙丽特女士、早在20世纪二三十年代,就已经充分认识到沟通对于企业冲突管理的重要性，并创造性地提出应当把冲突看作是意见与立场分歧，进而通过创造性的沟通处理，将企业内部的冲突引向融合统一的解决方案的卓越管理思想。

好的做法

企业要通过实施有效的管理沟通，形成业务共识，从而使企业内部的基本业务能够顺利地进行，实现企业各部门的生存发展与利润获取。企业要通过利益的谈判和协调，协调企业内各部门的各种实际利益，使它们通过恰当的正确的交流，达成互相理解，快速有效地形成统一的认识。

不好的做法

企业内部冲突多半是因为利益分配而导致的，要解决这些问题很容易。但是如果企业内部各部门在处理这类问题的时候过分强调自己的利益，而不愿意做出让步，就会引起内部的分裂。

两只鹦鹉

——礼貌的沟通带来利益

母鹦鹉下了两个蛋，孵出了两只小鹦鹉。一天，当母鹦鹉出去寻找食物的时候，这两只小鹦鹉被一个猎人捉走了。其中有一只运气好，悄悄地逃跑了；另一只却被猎人关进笼子里，开始教它说粗鲁话，让鹦鹉为他解闷。那一只逃出去的小鹦鹉，幸运地被一个游方的仙人带到自己隐居的地方，同样喂它东西吃，却教它礼仪和待客之道。

日子一天天过去了，两只鹦鹉都长大了。有一天，国王和他的卫队从猎人居住的森林经过，来到猎人的住房。那只粗鲁的鹦鹉看到国王来了，立刻用一种很难听的声音喊道："喂，喂！我的主人呀！有一个人骑着马跑来了。你赶快出来杀死他。"国王听到了鹦鹉的话，拔出剑来杀死了这个报信的小间谍，然后赶快逃跑了。

当国王筋疲力尽的时候，他看到了仙人居住的静所。仙人养的这只鹦鹉一见到国王就说道："来吧，来吧，国王呀！请休息一下吧！请喝点泉水，吃点甜果吧！仙人们呀，请你们向尊敬的国王献水致敬吧！"

国王非常开心和满意，就向仙人求情，把自由重新还给了它。国王说："这一只伶俐可爱，我一见了就喜欢；那一只粗鲁无礼，真是死有余辜！"仙人知道了事情的缘由后，感叹道："都是一样的小鸟，只因为说的话不一样，就得到了截然不同的下场。"

分 析

不同的沟通方式往往会产生截然不同的后果。好的沟通方式往往能够带来意想不到的收获。



懂得礼仪的鹦鹉给我们作出了学习的榜样。沟通所采用的方式必须是有礼貌、有修养的，同时避免采用直接、尖锐的沟通方式，否则就要失败，导致结果达不到原定的目的。现代企业许多公司都要对员工进行礼仪训练。

理论延伸

一个人的礼貌显示出他的素质，一个公司大部分员工的礼貌显示出公司的文化。缺乏礼仪文化的公司在其运作上总是滞涩的。

好的做法

一个企业对于沟通礼仪的细节应该详细地规定。由于许多主要的经营沟通活动是重复性发生的，因此，它们可以采取具体的、有规则可循的沟通方式。只要企业坚持加强对员工沟通礼仪的培训，就能切实提高管理沟通的准确性和效率。

不好的做法

如果不强调沟通中的礼仪和修养，即使有设置良好的沟通渠道，也无法保证沟通活动能够达到原定的目的。同一件事情，安排不同的人去做，就会有截然不同的效果。中国的大企业在招聘新员工后，通常会安排军训，强调员工对公司的服从，但是往往不会安排对新员工的行为举止进行礼仪训练。一位美国公司的华裔主管谈到与中国方面同行打交道的感想时说："我注意到他们在与别人交换名片的时候，没有双手递过名片，这往往让别人觉得没有受到重视。"

狐狸对狮子的看法

——沟通才能消除偏见

狮子是森林中的霸主，它虽然力大无比，但是却没有头脑。它一说起狐狸就特别地反感，它老兄认为肉食动物的宝贵品质就在于凭借强力去夺取自己的食物，而不是靠鬼点子。所谓的"头脑"那是人才有的东西，而动物必须和狡猾的人划清界限。狐狸对于狮子的想法不屑一顾，它觉得狮子是个傲慢的、身大无脑的家伙。

有一天，狮子不幸被猎人的捕兽器夹住了脚，痛苦的咆哮声响彻整个森林。狼、熊、豹、虎都跑来救助它。可怜这些大兽面对一个小小的捕兽器一筹莫展。最后，狼出了个主意，把狐狸叫来了。狮子本来不想接受这个狡猾家伙的帮助，可是脚疼得厉害。而且，传来的消息说，猎人已经向这里出发了。在危急的情况下，狮子也只好低头。狐狸来了，它早就对人类的器械有过一番研究，如今总算派上了用场。

狮子得救了，它开始佩服狐狸的智慧。狐狸谦虚地说："尊敬的森林之王，我很乐意为您效劳，也很高兴有这么一次机会来消除您对我的偏见。以前，您总是不给我机会，让我来证明才华对于动物来说也是有用的。现在，我相信您应该能够认可我的观点了。"

分 析

从寓言中可以得出，在团队沟通的过程中，造成沟通效率低下的一个原因在于偏见，而沟通的障碍往往加剧了偏见。

在一次国际会议上，以色列代表团的成员在阐述其观点时，抱怨泰国代表“只是坐在那里”，而不表达自己的意见。而泰国代表则对以色列代表非常愤怒，因为他们“用了那么大的嗓门”。所以，在团队中成员的背景多样化时，沟通最大的障碍就在于，因信息传播者的偏见而无法获得准确的信息。

理论延伸

沟通就是共同磋商，即员工们交换、适应相互的思维模式，直到每个人都能对所讨论的意见有一个共同的认识。说简单点，就是让他人懂得自己的本意，自己明白他人的意思。我们认为，只有达成了共识才可以认为是有效的沟通。团队中，团队成员越多样化，就越会有差异，也就越需要队员进行有效的沟通。

好的做法

培养宽容的企业文化，容纳不同的个性和风格；在沟通中，不持一颗自我防卫的心，消除自己的偏见，倾听信息而不是提防传递信息的人；诚实面对、承认自己的偏见，并能够容忍对方的偏见。

不好的做法

企业领导人习惯于关注自我，总认为自己才是对的。在与别人交流的过程中，过于注意自己的观点，对不同的意见往往是置若罔闻，这样往往错过了聆听他人观点的机会。尤其是对持有观点的某个人有偏见的话，很容易连带对他的意见也不以为然。

厨房里的战争

——部门之间的沟通交流

主人养了猫和狗，令猫守饭厅抓老鼠，狗司厨房防范小偷。猫、狗都认为自己的任务非常艰巨，常常各自在主人面前邀功。某一天，主人夸奖狗守卫有功，把一盘骨头赏给它，还让它做猫的领导。狗得意洋洋，猫愤怒异常。

争执失和把饭厅和厨房都变成了充满火药味的场所，猫和狗各据一方。遗憾的是，主人并没有把这样的小事情放在心上。终于有一天，小事情变成了大事情，猫与狗在厨房爆发大战，把厨房搞得一塌糊涂、杯盘狼藉。

分 析

不同的部门掌管不同的业务，制订不同的目标，其经营管理模式和文化都有一定的差

别。

这也是寓言中猫狗大战的原因。在现实社会中，虽然大家统一在公司的总体规划下，但是在各司其职的时候，还是难免会发生冲突和斗争的，其原因在于部门、人事的差异。

如果某一部门有一个外行人员参与其中，那么矛盾会更大。企业领导的责任之一就是要调节部门之间的关系，促进彼此的理解。只有内部加强沟通和交流，才能提高企业的经营管理效率。

理论延伸

一般来说，企业部门之间的沟通协调需要消耗高昂的成本。这种现象不仅存在于大规模组织内，同样也困扰着发展中的中小型公司。

首先，尽管各自制订的目标似乎都无懈可击，但是还需要将各自的目标有效地整合在组织目标之下；其次，为了竞争组织内部的资源，导致各部门之间沟通的代价日益增加；第三，不同的部门有不同的风格，部门沟通其实就是部门行为模式的协调。

好的做法

IMB、HP近几年在中国市场开始实行岗位轮换。摩托罗拉与亚信的CFO也对各自的市场业务进行深度介入，使得传统“后勤”部门与核心业务水乳交融，从根本上调整了团队判断问题的角度及行为方式。这样一来，“后勤”部门就能够更多地从市场、从竞争的视角去满足核心业务的需求了。由于有了共同的业务目标，两个部门自然加强了沟通和交流。

不好的做法

部门之间的沟通是企业内部的横向沟通，管理阶层和员工之间的沟通是企业内部的纵向沟通。纵向沟通在大多数企业内部都是严重不足的，据统计，员工和中级主管花在内部沟通的时间大约占其工作时间的40%~50%；而对于高层主管，这个比率会更高。80/20规律告诉我们，公司内部80%的信息交流与沟通只发生在20%的人员之间。许多企业都是由没有业务背景的人员担当人力资源、培训、行政、商务管理等支持部门的主管。这样，沟通中的问题自然难免。

听信鹦鹉的国王

——信息偏好带来的弊病

年轻的国王养了一只会说奉承话的鹦鹉。国王每做一件事情，鹦鹉都会相应地说出动听的话语来，让国王心花怒放。国王照镜子，鹦鹉就会夸国王是个美男子；国王唱歌，鹦鹉就会夸国王的嗓音优美动听；国王舞剑，鹦鹉就用惊叹的口气称赞国王的剑术是全国一流。

国王喜欢鹦鹉的奉承到了痴迷的地步，听不进别人的任何一句话。不久，这个王国和邻国发生了战争。国王在出征之前带上了鹦鹉，每一仗之前都要听一听小鹦鹉的马屁。尽管鹦鹉的奉承话一如既往的动听，但是国王的军队很快溃败。国王绝望地对着大臣们说：“我是

天下最英明的君主，难道也会输掉这场战争吗？”一位大臣颓丧地说：“陛下怎么能听信一个长毛动物的话呢？”

国王愤怒地说：“长毛动物要比你对我忠诚得多！”大臣在断气之前，叹息道：“鹦鹉说了那么多的假话，你都相信，为什么我说真话，你就不相信呢？”剩余的大臣们噤若寒蝉，纷纷溜走逃命，只剩下国王和鹦鹉，最后做了敌人的俘虏。

分 析

从寓言中可以得出：对信息的采纳不能带有任何的个人感情色彩。只爱听奉承话的人会排斥真言，这必然妨碍他作出正确的判断。在现代商战中，由于人们不再是先生产而后去寻找市场，而是先获取市场信息再组织生产。因此，全面而不带有任何偏向地吸收有益信息对于一个企业的成长变得至关重要。

理论延伸

企业就好像人一样，有自己的偏好。信息偏好分为信息客体偏好和传递媒介偏好。

年轻的国王犯了客体偏好的错误，即只喜欢听奉承话，不能听真话。王安公司则犯了传递媒介偏好的错误，即只对华裔主管的意见感兴趣，而对非华裔主管的意见不重视。无论是哪种偏好，对于企业的正常健康发展都是不利的。

好的做法

企业的技术创新、机制创新、市场创新、管理创新都需要了解足够的信息才能做到。企业如果对信息收集不全或者只吸取对自己有利的信息，不仅无法创新，而且会导致经营决策的失误。由于中国经济环境的特殊性，企业还必须重视对宏观信息的收集和分析。宏观信息包括很多方面，如国家政策、法规变化、经济结构调整、居民消费水平变动和供求关系变化等。这些方面的信息，即使只缺少一项，也会严重地影响到企业的决策。

不好的做法

家族企业常犯的一个毛病就是家族成员的意见成为主流思想。美国王安公司曾经是零售百货业的巨无霸，但是总裁王安先生却是典型的中国传统商人，在对下属意见的采纳上存在偏向，最终导致非华裔高级主管的离心。这成为王安公司失败的一个主要原因。

风神的皮囊

——传递信息和隐藏信息

风神是朱庇特手下很受宠信的一个神。他随身携带一只皮囊，里面装满了各种各样的风，有微风、轻风、狂风、龙卷风，东风、南风、西风和北风。风不完全是温驯乖巧的，也

有狂暴猛烈的。因此，风神的皮囊是一只很结实的袋子，紧紧地约束住风的行动，免得它们搅乱了奥林匹斯山的秩序。

不知道是哪位神想与风神开个小玩笑，把他的袋子弄出了一个小洞。久受约束的风纷纷从那里奔逃出来，但最先逃出来的都是一些小风，把众神的头发吹得飘扬起来。众神奇怪地向风神询问。可怜的风神发现自己的失误，惊恐万状。他极力否认那是自己的失误，朱庇特相信了他的话，众神也都回家去了。很快，狂风挣脱了皮囊的束缚，开始在奥林匹斯山上肆无忌惮地发威。众神费了很大力气才一一捉住大大小小的风，把它们统统关进地牢。

朱庇特非常生气，不光是风神辜负了他的信任，也因为风神故意隐瞒真相而失去了收拾局面的时机。他挥起了雷电杖，把风神打成了一个矮子。

分 析

信息传递最重要的两点就是“全面”和“快速”。

寓言中，风神故意隐瞒真相，造成信息传递的缺失，被朱庇特打成矮子，可谓罪有应得。经营企业要使员工明白应该如何避免或缓解风险，阐明危机到来时应该做什么，并且应使员工明白，依据信息所采取的行动将会受到管理层的坚决支持。

参加企业的新成员和内部新近提升的人员由于不熟悉企业环境，他们应当接受所涉及领域里有可能发生的风险及如何管理这些风险的培训。如果隐瞒危机，很可能把外部危机转化为内部危机。

理论延伸

危机管理的内部信息沟通需要及时真实，要明确地将实际情况中可以公开的部分向全体员工迅速传达，尤其是那些将涉及员工切身利益的信息。

好的做法

发生危机时，只要对内把信息沟通的工作做好，就可以增进内部的团结，共抗外来风险。在中美史克PPA遭禁事件中，中美史克总经理杨伟强向员工通报了事情的来龙去脉，宣布公司不会裁员，包括新近加盟的成员。此举赢得了员工空前一致的团结。杨伟强事后总结：“我们最大的成功，应该是没有将外部危机转化为内部危机。管理层没有对员工隐瞒任何事实，并且在康泰克和康得全面停产的情况下，坚持不裁员，这一方面团结了员工，使他们更积极地进行新产品研发；更重要的是，磨难使员工们今后对企业更加忠诚。”

不好的做法

企业内部产生危机的时候，最恶劣的做法就是隐瞒事实。大部分企业管理者隐瞒失误的动机只在于维持自己在员工面前的英明形象，保持企业内部的稳定。但事实上，纸包不住火，隐瞒小的失误很有可能延误危机的处理，反而会令员工失去信心，造成企业内部的动荡。

山的分娩

——小道消息的无限放大

有一次，一座大山发生了大震动，震动发出的声音就像大声的呻吟。许多动物云集在山下观看，不知发生了什么事。它们焦急地聚集在那里，担心看到什么不祥之兆。每只动物都极力探听出了什么事情。最后，统一起来的消息是：山要分娩了！山的儿子是一个巨人！

眼看大山中腰裂开一条缝，不知道要跑什么样的怪物出来？动物们一哄而散，纷纷逃命。平时热闹的山林变得一片静寂。

但是，当裂缝完全打开后，从裂缝里跑出一只老鼠。

分 析

寓言中，一条并非真相的消息，让所有动物疲于奔命。在现实生活中的确存在各种谣言，这无疑会加剧已有的危机。

人们通常不相信表面的报告，更偏向于探测内幕。低层员工利用自己与高级管理层的种种关系，探听所谓的“内部消息”。

尤其是在企业经营发生人事、财务、管理的变化时，人们为了自己的切身利益，更倾向于打听小道消息。

国外的管理学者很早就注意到了企业内部的非正规沟通渠道，并指出：在企业经营出现危机的时刻，如果不能正确处理正规沟通渠道和非正规沟通渠道的关系，将会加剧企业的危机。

理论延伸

在企业内部，操控内部氛围、左右员工思想的往往不是企业的公开消息，而是那些在员工中间流传的小道消息。

好的做法

只要有人存在，就会有小道消息流传。对小道消息进行“关、卡、压”，只能使它的传播更加隐秘，更加不易处理。因此，企业首先应该建立更加透明、流畅、快速的正规消息渠道，以减轻小道消息对企业文化的冲击。此外，企业也可以让内部比较有威信的人士利用非正式流通渠道发布某些不宜正式发布的消息。这也是一种扬长避短的方法。

不好的做法

在企业经营出现危机的时候，想要“捂盖子”是一种很危险的做法。这样会使员工认为企业在欺骗他们，员工们会不安心工作，而忙着打听小道消息，这个时候任何一个不起眼的小道消息都会被加倍地放大。就好像那群动物一样，害怕与企业同归于尽的员工们会作鸟兽散，让危机中的企业加速崩溃。

不幸的翠鸟

——来自企业底层的信息很重要

翠鸟准备在河堤上搭一个窝，为它可爱的妻子和将来的孩子建造一个家。河獭提出警告："这座大堤已经被白蚁蛀得千疮百孔，你最好不要在这儿筑巢。"

翠鸟笑道："这真是怪事！我和你一样，都是河流的朋友，在水边长大。难道我不知道在哪里搭窝吗？"翠鸟立刻动手筑巢，并且当天就把全家搬了进去。不久，它的妻子孵出了一窝可爱的宝宝。

一天中午，正当艳阳高照的时候，外出捕食的翠鸟飞回家来。然而，大堤已经被滔滔的水流冲垮，它的孩子被水流卷到下游，不知所踪，只有它的妻子在天空中悲戚地飞翔和鸣叫。翠鸟悲痛不已，放声大哭道："我多么不幸啊！我把最好的忠告当成了耳边风，所以，命运就给予我这样严厉的惩罚。"

"轻视来自下面的忠告是愚蠢的！"河獭道，"你想一想，我在河边住，你在天上飞。我亲眼看到白蚁在这里疯狂地繁殖。有谁还会比我更了解这里的情况呢？"

分 析

由上述寓言可以看出：公司的领导也是从一线发展、奋斗起来的，但是，当他们坐到高位之后，就逐渐远离基层。他们对公司的了解来自于一张张的报表、一份份的文件，还有数不清的抽象的数据。

因此，对企业最了解的人不是他们，而是那些在一线埋头苦干的基层员工。他们熟悉企业的弊端，了解企业的弱点。

但遗憾的是，他们的意见要么不能被上层人物接纳，要么就根本没有发言权。

理论延伸

沟通的有效性与企业文化直接相连。没有主管认为持续改善内部沟通不重要，关键在于实际执行。主管人不仅是探路者、指引者和影响者，更重要的是行为者。

好的做法

拥有良好沟通机制的企业会定期召开基层员工会议，与他们座谈，了解他们对企业的看法，并请他们对企业的发展提出改进意见。要知道，即使是如泰山之大，也是起于粒土的。再大的企业，也是由基层员工组成的，因此，必须重视他们的意见和想法。

不好的做法

某些企业把基层的员工当做机器，只知道赚取他们的劳动成果，而不重视他们的看法，甚至剥夺了他们的话语权。在某些高层管理人员看来，基层员工就是"蓝领工人"，是出卖劳动力的有声机器，没有管理的能力，也没有管理的资格，当然也就无

权对企业的管理指手画脚。这恰恰就犯了翠鸟的错误！恐怕只有到危机到来的时候，这些领导才会改变自己的看法。但是，那个时候已经晚了。

公鸡和珍珠

——认识系统工具的价值

一天，一只公鸡觅食，啄来啄去，发现了一颗珍珠，它把这颗珍珠交给了碰到的宝石工人。它说："这个东西的确很精巧，但我需要的不是这个玩意，而是一些小米粒。"

一个没有文化的人，得到了一份珍贵的手稿，他把手稿送给了邻居的书店老板。这个人说道："我相信这手稿一定写得非常不错，但我更倾心那一枚枚小小的银币。"

分 析

一颗珍珠可以买很多的米粒，一份珍贵的手稿如果卖给识货的人，可以换取很多的银币。遗憾的是，因为不了解它们的价值，公鸡和那个没文化的人不能将其转变为有用的效益。

这两个故事和企业中信息系统应用不完善有一定的相似之处。因为，很多企业不了解信息系统，因此没有发挥其最大的效益。

理论延伸

在商业社会，信息就是商机。一些企业善于捕捉信息中所蕴含的商机，而另外一些企业尽管拥有有价值的信息，但没有系统的处理方法，还是等于一堆垃圾。信息是重要的，尤其是有价值的信息，但发现有价值信息的方法更为重要，它是企业成功的命脉。

好的做法

在信息社会，信息是一种重要的资源，已经成为毋庸置疑的事实。优秀的企业专门设置自己的信息部，下设国内情报处、国外情报处、信息发布处等，企业战略的制定，战术的设施，品牌的策划与推广，管理因时应宜以及方向的抉择，都有赖于信息部提供相关详尽准确的信息，只有在此基础上，企业所制定的一切制度、战略、战术才是有价值的，才能促进企业的发展。

不好的做法

企业都知道信息潜在的价值是巨大的，但却没有系统的收集、处理信息的方法，以致他们所拥有的信息只是信息的堆积，并不能实现其潜在的价值。

井底之蛙

——环境决定企业的视野

住在井中的一只青蛙对来自海洋的巨鳖夸耀说："我生活在烂泥里真快乐呀！出太阳的时候，就跳到井外面，尽情地蹦跳玩耍。玩累了，就回到井中，舒舒服服地休息休息。我疲倦的时候，就跳进水里，清凉的井水刚刚浸没我的腋窝。这样的生活真是美极了。您为什么不进来看一看呢！"

巨鳖接受了井蛙的邀请，准备到井里去看看。可怜井口那么窄，它的左脚还没有跨进去，右腿已被栏干绊住了。庞大的鳖只好慢慢地退回去，站在井旁边给青蛙讲述大海的壮观之处："海是很大的！即使用万里之遥的距离来形容也表达不了它的壮阔，用千丈之高的大山来比喻，也比不上它的深度。海洋是博大的，它不因时间的长短而改变，也不因雨量的多少而增减，生活在海洋里，每天感受它无边的壮阔，那才真正是快乐呢！"

井蛙听了，吃惊得好半天也没有说出话来。它这才知道自己生活的地方是多么狭小。

分 析

企业好比一只青蛙，只有到广阔的天地里去生活，才能够获取更多的信息，才能抢占到最前沿的商机。

只有在广阔的天地里，企业才有旺盛的生命力，才能大量吸收及时、有用的信息，才能对外界的挑战具有敏捷的反应。

理论延伸

企业正是在与外界不断沟通交流的过程中，自身得到不断前进，眼界得到不断的开阔，思路也越来越清晰。

好的做法

企业应当主动出击，通过各种渠道，收集信息，开阔眼界，做到与时俱进。诺基亚公司首席执行官乔马·奥利拉认为，许多企业主管已变得耽于安逸和自我满足，要挖掘他们的最大本能，即争取生存的本能，就需要对更加广阔的未知领域潜心研究或奋力投入。20世纪90年代初期，这位首席执行官向竞争对手摩托罗拉公司和爱立信公司发起挑战，将拥有133年历史的芬兰综合大企业——诺基亚公司的赌注压在移动电话上。在接踵而来的争斗中，诺基亚公司行动迅速，重点突出，并注重产品设计。它终于走出了芬兰的狭小天地，从地位稳固的竞争者手中夺走了巨大的市场份额，脱颖而出，成为全球电信业赢利最大的企业。

不好的做法

企业在初创时期，往往能够具有锐意进取的精神。尤其是面对变化多端的市场竞争，更是如饥似渴地吸取各种信息。但是，等到企业做大之后，却很容易滋生满足的

情绪。不求有功，但求无过。对于那些蕴藏商机但是具有风险的信息更是难以产生过去那种如同初恋一般的激情。畏缩的心理，贪图安逸的想法，最终产生了井底之蛙一般的企业文化和鼠目寸光的企业战略。

蜻蜓和蚂蚁

——要实用的信息

蜻蜓在和煦的晚风中修建自己的爱巢，它的巢建筑在最柔美、最细嫩的芦苇上。蜻蜓非常得意，向蚂蚁夸耀自己美丽的家。它得意洋洋地说要把所有的昆虫都邀请来参观它美丽的家。

蚂蚁摇摇头说："老兄，请听我一句话。我是一个粗人，不像你那么浪漫。不过，我知道你的身体很柔弱，经不起狂风暴雨；我也知道你孩子很多，需要一个更宽敞的地方，所以你需要在粗壮的树枝下面，搭建一个牢固的大巢。那样的巢可能比较难看，但是我想更适合你。"

蜻蜓看着自己美丽的巢，满心陶醉，没有把蚂蚁的话放入耳朵里。不过，它很快就知道了，巢是用来住的，而不是用来夸耀的。

分 析

企业信息管理系统就好比蜻蜓的房子，必须实用有效，而不是用来向朋友夸耀的装饰品。由于企业在经营管理的不同阶段，需要内容丰富、数量庞大的不同信息，最终的使用方向、社会经济效益因之会有所不同。所以，企业必须根据自身的需要，去寻求对自己最有用的信息。

空洞地吹嘘自己的经营如何信息化比不上用一条真正有用的信息对自己的帮助更大。

理论延伸

信息化管理对于中国很多企业来说还是一个新的东西。新机制的引进往往需要和本企业的实际生产力相结合才能发挥其作用。因此，引进新机制的最重要的一点就是适用于本企业。

好的做法

目前，中国许多企业都提倡企业经营管理信息化。因此，对信息的收集、分类、使用非常重视。一些跨国大企业内部还专设了调研部，或者委托外面的专业公司进行各类数据的分析，以寻求最佳结果。企业信息管理已经趋向于科学化、实用化和市场化。

不好的做法

信息要被企业消化和吸收，它必须首先符合企业的主要目标和基本情况。某些企业不从自己的实力、资金、技术和各项软、硬件的水平出发，而是盲目地收集信息，不但不能有所帮助，反而浪费了自己的精力。最重要的是，盲目搭建的信息系统经不起危机的袭击。

聪明鼠

——透过表面信息看本质

有一只十分厉害的猫，它英勇善战，是老鼠的克星。老鼠见了这只猫，就像看到了地狱里的死神，猫所到之处老鼠闻之色变。这只猫发誓要以猫的天职为己任，消灭世界上所有的老鼠。与它相比，捕鼠器、灭鼠药等都不值一谈，其中的关键就在于它不是一个傻乎乎追着老鼠跑的苦力，它会动脑子。它看到老鼠吓得躲在洞里不敢出来觅食时，就把自己倒吊在房梁上装死。老鼠以为它是偷吃了主人的烤肉或奶酪，遭到捆吊的惩罚。于是，所有的老鼠都如释重负，纷纷从洞里出来，准备为它的死亡而庆贺。

就在这时，装死的猫复活了，从梁上猛扑下来，脚一落地便按住了几只动作迟缓的老鼠，爪子一伸，又揪过来几个倒霉蛋。一顿饱餐之后，它打着嗝说："我的计谋可多了，我用智慧，而你们都是傻瓜，藏得再深也无济于事，到头来都只能成为我的腹中之物。"

过了几天，老猫又饿了。这一次它把全身涂上白粉，连脸上也不例外，打扮收拾停当，它缩成一团藏在一个打开了盖的面包箱内。由于伪装得巧妙，好几只老鼠又撞到门前来送死了。只有一只老鼠远远打量化了妆的猫，然后自言自语地说："这团面粉再好我也不能要，我怀疑这里面一定有什么名堂，不要说你装成面粉，你就是装成奶酪，我也不会中你的圈套。"

分 析

俗话说："商场如战场！"企业之间的竞争总是异常激烈的。因此，放几颗烟雾弹是再平常不过的事情。迷惑耳目尚在其次，更高明的欺骗术是要把企业决策者引上错误的方向，作出错误的决策。等发现上当的时候，企业已经失去了最好的战略时机，远远地落在别人的后面。所以，识别商战中的欺骗信息是非常重要的。

理论延伸

商战欺骗信息针对的是企业管理者的盈利预期。

因此，企业管理者需要具备平常的心态，要能够抵制欺骗信息带来的表面诱惑。如果管理者对盈利的期望过大，这就成为其弱点。所谓"人为财死，鸟为食亡"，就是这个道理。

好的做法

特别富有欺骗性的信息在表面上看来总是特别富有诱惑力。你会动心吗？聪明的管理者能够透过现象看本质，注意一切"反常"的现象。就好像一只聪明的猫怎么可能犯错误以至于被主人捆吊呢？而残酷的商界竞争中，也不可能出现天上掉下馅饼的好事情。仔细思考类似于此的反常信息，就可以发现背后的阴谋。保持冷静，不被诱惑，就不会被可疑的信息欺骗。

不好的做法

企业浮躁的文化，急功近利的心态常常给对手以可乘之机。在商战中，放出迷惑

对方的欺骗性信息是个常用的手段。如果某企业只看到这些信息表面上蕴含的利益，而看不到背后的杀机，或者企业骄傲轻敌，大意冒进，都有可能造成自己的惨败。

黔驴技穷

——自己的弱势要对外保密

过去贵州这个地方没有驴。有个多事的人用船运来了一头驴，运来后却没有什么用处，也舍不得杀它，就把它放到山脚下。

一只老虎下山来觅食，看见了驴，以为这个躯体高大的家伙一定很神奇。老虎不敢造次，就躲在树林里偷偷观察。看了半天，它又悄悄走出来，小心翼翼地接近驴。百兽之王是个聪明的动物，当它不知道驴子的底细的时候，它不愿意冒险。

有一天，驴叫了一声，老虎大吃一惊，远远躲开，以为驴要咬自己了。然而，驴叫了一声之后，继续吃草。老虎反复观察，越来越熟悉驴的叫声了，感觉那声音漫长悠然又软绵无力。

老虎开始走到驴的前后，转来转去，但还是不敢上去攻击驴。驴对于眼前的危险熟视无睹。老虎慢慢逼近驴，越来越放肆，或者碰它一下，或者靠它一下，不断冒犯它。驴开始躲来躲去，只求一个安静吃草的地方。但是，到了后来，它变得非常恼怒，就用蹄子去踢老虎。老虎敏捷地躲开了，心里高兴地盘算着：我以为你很了不起，原来你的本事也不过如此罢了！于是老虎腾空扑去，大吼一声，咬断了驴的喉管，啃完了驴的肉，剩下一副骸骨在原地，才心满意足地离去。

分 析

在现代商战中，企业总是千方百计地探求对手的秘密。而对己方的信息则是严格地进行



控制，不使外泄，尤其是关系到企业兴衰的战略决策，企业的优势和弱势等方面的信息。

让我们感到遗憾的是，黔驴的致命之处恰恰就是不懂得信息保密。

理论延伸

一位经济学家曾经指出：20世纪企业家最多最致命的错误是腐败，而21世纪的企业家最多最致命的错误是泄密。

好的做法

怎样防范泄密呢？要认识到商业秘密是无形的资产，企业要对这一点有充分的认识。企业要加强内务管理，对废纸和垃圾的处理要有严格的规定和一丝不苟的执行措施，以防止内部秘密在不知不觉的情况下被对手盗取。事实上，现在很多企业对竞争对手的调查和分析都是通过公开的程序运作，得到的信息都是从再普通不过的渠道获得的。所以，企业对自身的保护更是马虎不得。企业要制定详细的“反泄密”方案，万一商业秘密已经被他人侵犯，就要及时调整战略步骤，同时也要运用法律手段讨回自己的权益。

不好的做法

虽然商战中收集对方的信息是很正常的事情，但是也不可以不择手段。要注意正常竞争和恶意挖墙脚的区别，否则被对方告上法庭，最后失去的就不仅仅是金钱了。更重要的是在探求对方秘密的同时，也要保护自己的战略秘密，尤其是自己的弱势方面。被别人揪住了小辫子，然后再给你狠狠一击，你恐怕也就像那头驴一样，在商战中被人啃得只剩下一堆骸骨。

老鹰和乌龟

——信息管理工具的多元化

年轻的鹰开始捕猎了，母亲告诉它说：“把你的嘴和爪子磨得锋利一些，才能捕到美味的猎物。”鹰照办了，它捕到了很多的猎物。

很快，旱季到来，草原上的动物纷纷迁徙走了。鹰很长时间没有捕猎到肥壮的猎物，它在天空中逡巡许久，才发现一只乌龟在缓慢地爬行。如果在平时，这难啃的家伙是不会入它的法眼的。但是，鹰已经三天没有进食了，正是饥肠辘辘的时候。它抓起了乌龟，狡猾的乌龟马上把头和四肢缩进龟壳里。鹰不知道该怎么下嘴，急得团团转。它飞上高空，等待乌龟伸出头来。

鹰的母亲飞过来，说：“你是不是对付不了这家伙？”鹰点点头。母亲说：“看见那块石头了吗？记住，工具越多，食物越多。爪子不是我们惟一的依靠。”它扑了下去，将乌龟抓上高空，对准河边的岩石，摔了下去。乌龟摔得粉身碎骨，露出了柔软的身体，被母子俩吃了个一干二净。

分 析

鹰在捕猎中需要有锋利的爪子，也需要利用其他的工具。这说明工具多元化的重要性。

在当代电子商务构架下，企业管理进入信息模式，企业内部的信息管理也越来越依靠先进的多样化的工具。企业纷纷构造内部网、数据库，使所有的业务单元都可以通过内部网快捷地交流，管理人员之间沟通的机会大大增加，使组织结构扁平化和网络化。

理论延伸

在市场竞争中，通常是拥有最佳信息的一方获胜。

在某些情况下，管理者需要掌握当日的新信息。因此，信息管理的多元化就非常重要了。

好的做法

企业收集信息时要注意改进收集资料、获取信息的手段。现代的技术手段为企业的信息收集、整理、运用提供了良好的基础，企业信息化就是以现代化的信息处理技术和信息设备、网络技术和网络设备，以及自动控制技术和建成现代化的通讯系统等手段对企业进行全方位、多角度、高效和安全的改造，以实现通过信息流来控制物质流和能源流，通过信息资源的开发和信息技术的有效利用来提高企业的生产能力与经营管理水平，增强企业在国内外市场中的竞争力。

不好的做法

国内一些企业尽管认为信息重要，但在实际操作中，却总借口资金短缺，不予重视。还有一些企业由于其管理模式滞后，虽然实现了信息系统多元化，但并没有使之成为提高企业竞争力的武器。

千金买马骨

——巧妙地发布信息

从前有个国王，很想买到千里马，甚至不惜重金求购。可是三年过去了，一匹中意的马儿也没有买到。有个侍臣见国王为此终日闷闷不乐，就提出要带上一千两黄金出去替国王买马，国王答应了。

侍臣奔波了三个月，才获得了一匹千里马的线索。可是等他赶到的时候，那匹马已经死了。侍臣想了想，提出用五百两黄金购买那匹死千里马的尸骨。马主人本来为失去这笔大买卖而非常痛惜，没有想到别人仍愿意高价来买马的尸骨，真是喜出望外。

而国王听说侍臣买回来一具死马的骨头，十分气恼地斥责道："我要的是一匹活千里马，你白白花掉五百两黄金，买回一套马骨头，有什么用处？"

侍臣不慌不忙地说："世上不是没有千里马，只是原来人们不相信您会出重金来买，所以一连几年您都没能买到。如今我用五百两黄金买了千里马的骨头，无非叫天下人都知道，您是特别珍惜千里马的。消息传开，自然会有人把活的千里马送上门来。"

果然，不出一年，国王就买到了好几匹千里马。

分 析

这则寓言告诉我们，沟通过程实在太重要了。

沟通过程中，沟通的双方或多方都进入沟通系统和沟通角色，才能对沟通同时有适当、及时、同步的反应。

因此，企业应当充分了解对方对自己所传达信息意义的把握程度。这个侍臣知道自己发布的信息在别人眼里的重要程度，而国王却单方面注重自己对信息的收集，忽略自己发布信息对别人的影响。其实，这种影响往往会产生良好的效应。就好像瞎子点灯走夜路，点灯就是为了给别人传递“有人，小心”的信息。别人收到信息，就会相应做出配合的行为。

理论延伸

沟通的过程是双向的，具有同步性的特征。你在收集别人的信息，别人也在期待从你这里获取有效信息。因此，企业要注意在对外交流时的一言一行。

好的做法

沟通交流无非是要别人知道你的诚信。但是，诚信的表达和传递却是一个复杂的过程，有的时候，并不是你的言语可以达到效果的，而是需要一些技巧。也就是说，不一定要直接地表白，即使你的语言再动人，别人也不一定相信。相反，迂回地借助其他事物来传递信息，倒可以让别人既不觉得突兀又感觉诚实可信。

不好的做法

侍臣的思维就是上文提到过的“换位思考”。换位思考有良性和恶性。发布良好的信息，促使双方产生良好的互动就是前者；而某些企业发布欺骗性信息，引诱消费者上当就是后者。对于中国民营企业来说，诚信是一个严格的考察关口。当前，中国市场日益成熟，市场的选择功能和淘汰功能开始强大，微利取代暴利，消费者主权取代生产者主权，买方取代卖方，缺乏诚信的企业和企业家很快就会被淘汰出局。

营销寓言



认猫为友

——从营销战略上认清朋友和敌人

有只小老鼠没见过什么世面，有一天它回家说："母亲，我简直被吓坏了！我发现了一只庞然大物，用两条腿走路。我不知道它是什么动物。它的头上有顶红冠，眼睛特别凶，盯住我看。它还有个尖嘴巴，忽然之间，它伸出长脖子，把嘴巴张得非常大，叫出的声音很洪亮，我以为它要来吃我了，就拼命跑回家来了。遇到它真是倒霉。而我看到另一只动物很可爱，它个子更高大，要不是头上有顶红冠子的家伙，我就会和那只动物交上好朋友了。它的毛和我们的一样柔软，是灰白的颜色；它有很温和的眼睛，有点像没睡醒的样子。它很友善地看着我，摇动着它的长尾巴。我想它是要和我谈话，正想靠近它，可是那只可怕的两条腿走路的大动物开始喔喔叫了，我只好连忙跑回来。"

母鼠听完它的话说："我的傻孩子，你跑回来就对了。你说的那只凶恶的大动物不会害了你，那是只对我们无害的公鸡。那只毛很柔软的漂亮东西是猫，它一口就会把你吃掉，在这个世界上猫是我们最大的敌人。"

分 析

小老鼠没见过世面，连朋友和敌人都分不清楚，竟误把公鸡当成恐怖的敌人，而把自己的天敌——猫当成可爱的朋友。好在后来小老鼠出于对公鸡的恐惧而逃走了，不然就要糊里糊涂地成为"猫朋友"的盘中餐了。

小老鼠确实很傻，因为它判断朋友和敌人的依据就是外表。我们在生活中应该避免犯这样的错误。

理论延伸

外表是有欺骗性的，小老鼠就被公鸡和猫的外表欺骗了，所以得出了错误的结论。在企业的营销活动中，首要的就是认清企业的朋友和敌人，才能作出正确的决策：和朋友结盟，防范敌人的进攻并适时发动攻击。

企业关系中的一些现象更有欺骗性。表面上看起来跟自己毫不相关的企业，可能突然进入自己的生产和服务领域，抢夺自己的市场，成为企业的对手；而本企业的供应商和经销商，看起来可能是分享企业利润的敌人，却可能在关键时刻给企业很大的帮助，或者和企业结成产业联盟。所以判断企业的朋友和敌人，不能看表面，而要深入分析市场和企业状况，从根本利益冲突上去看。

好的做法

沃尔玛连锁超市和关系密切的支持企业（如货物供应商、物流公司、仓库等）以及有可能互惠互利的企业（如其他超市和百货商店，甚至包括文化传播公司）结成同盟，实行资源和利润共享。

不好的做法

有一家移动电话运营商根据企业的表面行为来判断敌友，却不去探寻其真实意图，所以当它所谓的盟友推出对自己构成威胁的价格及其便宜的移动电话服务的时候，运营商穷于应付，短时间内找不到很好的救急办法，结果损失惨重。

青鬃马

——生于忧患，死于安乐

伯乐在集市上选了一匹青鬃马。他说，只要经过训练，这匹马一定可以成为千里马。

可是，一个月又一个月过去了，无论伯乐采取什么办法，青鬃马的成绩始终不理想，每日的奔跑距离总是在900里左右徘徊。

伯乐对青鬃马说："伙计，你得用功啊！再这样下去，你会被淘汰的！"

青鬃马愁眉苦脸地说："没法子啊，我已经尽最大的努力了。"

伯乐问："真的吗？"

青鬃马说："真的，我把吃奶的劲儿都使出来了。"

新的一天的训练开始了。青鬃马刚起跑，突然背后响起一声惊雷般的吼叫。青鬃马扭头一看，一头雄狮旋风般向它扑来。

青鬃马大吃一惊，撒开四蹄，没命地狂奔起来。

晚上，青鬃马气喘吁吁地回到伯乐身边说："好险！今天差点喂了狮子！"

伯乐笑道："可是，你今天跑了1050里！"

"什么？我今天跑了1050里？"青鬃马望望伯乐，伯乐脸上挂着神秘的笑容。

青鬃马心中豁然一亮。从此，它一上训练场，就设想有一头狮子在后面追。后来，它果然成了一匹千里马。

分 析

青鬃马本以为自己的能力已经发挥到极限了，怎么努力跑也没法超过1000里，但是当发现自己身后有一头狮子在紧紧追赶的时候，它却奔跑了1050里。这就是适当的压力的好处。适当的压力给了青鬃马巨大的动力，使它能够最大限度地发挥自己的潜力。这则寓言告诉我们：人要成功就需要有竞争压力和紧迫感。

理论延伸

企业在发展过程中有一定的竞争压力，才能不断地做大做强，不断地改进自己的产品和服务，提升企业竞争力。如果长期处于一个缺乏竞争的环境，企业就会没有危机感，就会缺乏发展壮大的动力，企业很可能因此停滞不前。今天，国际化竞争越来越激烈，受到国家政策保护的垄断市场越来越难以为继，所以尽快在国内取消行业垄断、地区垄断、行政垄断、价格垄断及其他各种形式的垄断，在企业之间真正引入竞争，不仅可以改善这些企业的服务水平，还将极大提升企业自身的实力，使之有能力应对国际竞争。

好的做法

美国政府在反对过分垄断、帮助企业提高竞争力方面很有办法。1984年12月31日，AT&T公司被拆分成7个独立的区域性公司。回顾过去20年，我们可以说AT&T的拆分宣布了美国电信产业新纪元的开始。拆分是8年的反托拉斯斗争的结果，它真正引入了竞争，使得成百上千家通信公司产生了，让通信价格急速下降，同时更促进了技术革新的步伐。

不好的做法

有些目光短浅的企业为了眼前利益盲目排斥竞争，特别是在我国现行的体制下，有些企业甘愿在政府的保护下享受暂时垄断带来的高额利润，却不知有竞争压力才可以给企业带来真正的长期繁荣。

单眼鹿

——勿掉以轻心，要防范风险

有头瞎了一只眼睛的鹿，越过沙漠，经过长途跋涉，来到海边吃草。海边的草真多真绿啊，但是它还是很担心有敌人来进攻，惯有的警惕性让它没法完全松弛下来。于是它用那只好的眼睛注视着陆地，防备猎人的攻击，而用瞎了的那只眼对着大海，它认为海那边不会发生什么危险。

不料正好有人乘船从海上经过这块草地，又正好看见了这头鹿，于是一箭就把它射倒了。它将要咽气的时候，自言自语地说："我真是不幸，我防范着陆地那面，而我所信赖的海这面却给我带来了灾难。"

分 析

轻信的人常常容易犯错，人们总是根据以往的经验或者习惯，理所当然地认为某些事情绝对不会发生，于是对此掉以轻心；或者认为某些事情一定会发生，于是坐等结果。没有经过仔细的考量，没有经过实地的考察、就草率地下结论或付诸行动，往往会犯错误，有时会给自己带来巨大的损害。

事情常常与我们预料的相反，以为是危险的事情却很安全，相信是安全的却更危险。

理论延伸

很多时候，成功的大企业对于不甚知名的小企业采取轻视的态度。他们认为小企业很难对自己构成真正的威胁，所以不理会小企业的竞争策略，对小企业的技术革新、概念革新也不以为然。而往往就是这样的创新会使一家小企业快速发展壮大，在大企业还没来得及注意它时就成长为巨人。等到大企业发现大事不好的时候，它们已后悔莫及。更要命的是，这时候新崛起的强敌还往往给老的领导者致命一击。

所以，成功的企业对市场应该高度敏感，对新技术更要敏感。许多企业领导都愿意出大

价钱购买最新的技术专利，以保护公司的产品使之免受致命的挑战。

好的做法

很多国际性大企业为了全面地防范风险，每年都要花上几千万甚至几亿美元购买各种专利，或者并购那些可能对自己构成威胁的公司。虽然很多专利在现在看来也许对企业没有任何意义，但是这些公司认为花这点钱很值得，因为这样就可以很大程度上防止新的有力竞争对手的出现，避免了将来可能的巨大损失，把企业的风险降到最低。而且，现在没有用上的专利技术并不代表将来也用不上。也许某一天，这种技术就会派上用场，并给公司创造巨大的利润。

不好的做法

国际商业机器公司（即大名鼎鼎的IBM）一直把主要精力放在当时最大的竞争对手富士身上，而忽视了在车库里进行软件编程的比尔·盖茨。结果几年后比尔·盖茨的微软公司给IBM制造了巨大的麻烦，使得IBM不得不拼命追赶才不至于被时代淘汰。

夜走遇虎

——再强大的对手也有弱点

商人在外地做生意，已经很久没回家了。这天一做完生意，商人就借着月光往家赶。正当他陶醉在生意成功的喜悦中时,却看见离他不远的地方有只老虎。老虎正张着血盆大口，一对锋利的爪子好像要把他吃掉，一双大若灯笼的眼睛闪着令人恐惧的蓝光，直楞楞地朝商人这个方向看。

商人腿软了，可这条道是商人回家的必经之路，商人只有壮着胆子继续往前去。

商人一步一步往前移,就在快要接近老虎的时候，他发现原来这只老虎是刻在石头上的，并不是真的老虎。商人这才松了一口气，继续朝前走。

分 析

老虎的确可怕,可是刻在石头上的老虎就不可怕了。生活中有很多时候，面对强敌我们往往会害怕不已,但这时一定要保持冷静。因为很多时候，所谓的强敌其实并不如我们想象中那么可怕。我们只要保持清醒的头脑,作出正确的分析,看清它们的本质，就能作出正确的决策，化险为夷。

理论延伸

所有企业都愿意充当市场的最强者，但是同一市场上的强者往往只有两三个，如果你的企业很不幸排在前五名开外，那就只能算是处于弱势的企业了。面对排在你前面的强敌，你该怎么做才能顽强地生存下去，甚至跻身前三呢？害怕是没有用的，这时候最应该做的就是分析强者的最大优势在什么地方，然后以这个优势为出发点去找它的缺点。因为有时候优



点从另一个角度来看往往就是缺点，而这种优点是企业赖以生存的基础，所以它绝对无法更改，如果能对它的这种优点发起有效攻击，强者是很难反抗的。

好的做法

艾维斯在出租车行业一直竞争不过领头羊赫兹，他们在攻击赫兹的广告中劝告租车者不要去找赫兹，因为“他们的柜台前队伍太长”。多么绝妙又可爱的理由，结果艾维斯的业务量获得迅速提升。

不好的做法

有些企业在强大的对手面前总是过分胆小，诚惶诚恐，被竞争对手的强大外表吓住了。其实有些企业是外强中干，就算实力确实很强，也可以在强大中找到弱点进行攻击。

狐狸的甜言蜜语

——赞美背后很可能是阴谋，小心营销陷阱

有一只乌鸦冒很大风险去小镇上的肉铺偷来一块瘦肉，把它衔在嘴里，兴奋地落在树林里的一棵树上。它没有立即将肉吞下去，因为它想好好享受一下吃肉前的那种喜悦，并且，它还想让森林里的其他动物看看，它是多么的厉害，竟然能从人类那里偷到这么好的一块肉。

有只饥饿的狐狸在森林里闲逛，它已经很久没有找到东西吃了。当它来到树下后，闻到肉的香味，然后抬头看到了乌鸦，馋得嘴角都淌口水。它心想，一定要把那块肉弄到手。狐狸眼珠一转，想到了一个计谋。它赶紧擦了擦口水，一脸“真诚”的崇拜，对乌鸦说：“你多么美丽啊！你体态美，脸也美，如果你的声音也美，就真该是鸟中的皇后了!”

它的话当然是在骗乌鸦的，但乌鸦着急要反驳狐狸对它声音的看法，便用力“哇”地叫了一声，于是它嘴中的那块肉就立刻掉落下来。狐狸赶紧把肉拾起，一边津津有味地嚼着一

边对乌鸦说："我亲爱的乌鸦，你的声音很不错，可是你的脑子却不行。"

分 析

记得以前小学课本上也有一个狐狸和乌鸦的故事，那只乌鸦听信了狐狸的话，准备向狐狸展示自己的优美嗓音，结果嘴一张开，肉就掉到地上，被狐狸叼走了。

真是不能低估了语言的力量，它可以成为美丽的陷阱，让乌鸦自我陶醉而丢掉口中的肉，也可以让乌鸦心生不满想反驳而丢掉口中的肉。狐狸每次都成功了，是因为乌鸦看问题太肤浅了，每次都没能看到狐狸言词之中隐藏的陷阱，所以每次都轻易中计。

理论延伸

企业在营销过程中也会碰到类似乌鸦这样的问题，面对市场中许多其他企业的行为，尤其是他们公开的说明、公关活动，自己该如何应对，企业应该做出什么样的营销对策，怎么才能看出竞争对手营销活动的真实意图，怎么样才能避免被对手所设置的营销陷阱所迷惑，确实是一个值得思考的问题。

在营销竞争中，只要不触犯法律，使用任何计谋都是可以的。所以，竞争对手有可能表面上对你的产品和服务大加赞赏，背地里却抓住一切机会对你进行诋毁；表面夸你的企业在某个领域实力雄厚、无人能敌，自己绝不会进入这个竞争领域或者要退出，等你放松警惕的时候，他却对你发动猛烈攻击。兵不厌诈，营销陷阱是营销战中的一柄利器，企业在营销中要充分考虑到这一点。

好的做法

某手机制造商A的一新款手机设计时髦、功能先进，虽然价格比较高，但上市之后仍然非常受欢迎。另一制造商B马上开发了一款外形和这款手机类似，但是功能稍微逊色的手机，但是价格比A的新款手机低很多。制造商A敏锐地意识到这是制造商B有意在挑起价格战，于是决定坚持原来的价格策略，同时增加新的服务，以保持对消费者的吸引力。

不好的做法

有些企业因为不谨慎而掉入了营销陷阱。如中国有一家企业本来是以制药为主业，当20世纪90年代末中国掀起矿泉水热的时候，记者问到该企业是否有意做矿泉水，该企业向外界表明绝无此意，于是生产矿泉水的企业都放松了警惕。但是几个月后，该企业突然推出自己的矿泉水品牌，而且以独特的广告诉求迅速赢得了广大消费者的注意和喜爱，让竞争对手措手不及。

注意秃鹰

——良性竞争、和平共处更可取

夏天到了，天气异常地炎热，知了在树上拼命地喊着；鸟儿停在树上，懒于飞行；各种

小动物都躲在洞穴里或树阴下。整个大森林似乎陷入了死寂，只有明晃晃的阳光无处不在。

这样的天气实在容易叫人口渴，那些耐不住干渴的动物只好跑出阴凉的地方，到小溪边喝水。狮子和野猪碰巧一起来到小河边，它们正准备大喝一通的时候，均同时发现了对方，于是两只自以为很强大的动物就开始争吵起来了，原因是都觉得应该让自己先喝。慢慢地，争吵变成了争斗，狮子和野猪开始在小河边打得你死我活。

当它们累了，停下来喘气并看见有几只秃鹰正站在附近等候的时候，它们俩马上冷静下来：谁倒下去谁就会被吃掉。因此它们停止了争斗，并说："我们还是成为朋友吧，这样总比被秃鹰吃掉好得多。"

人们不要相互进行无谓的争斗，否则，会给自己招来灾难。

分 析

狮子和野猪都很强大，强大的动物难免会恃强不惧、好斗争强，于是两强因为"谁先喝水"这样的小事情而发生争吵直至争斗。而让它们警醒并停止争斗的，是站在附近等候的几只秃鹰——这是对自己下场的一种预示。在发现自己面临生存危机的时候，狮子和野猪握手言和了。后来它们应该是一起喝水，甚至还要互相谦让一番。

虽然开始犯了错误，但狮子和野猪还是明智的，在预见互相争斗带来的严重后果的时候，它们能够适时改正自己的错误，这需要相当大的勇气。而且，从双方重归于好的态度来看，它们还有一种和谐共存的处世观，否则，就算意识到危险，也会拼死一搏，让对方成为秃鹰的食物。

理论延伸

在营销领域，那些实力雄厚的大企业就好比寓言中的狮子和野猪。他们之间也会因为种种原因而发生冲突：后进者进攻领导者，想获取更大的市场份额；领导者想吃掉追随者，享受更大的垄断权力。事实上，无论对消费者还是对企业来说，适当的竞争都是有利的，它能给企业巨大的推动力，促使企业改进产品，提高劳动生产率，改进服务质量。但是，过度的竞争却会损害消费者和企业的利益，因为它的结局明显对谁都不利。



好的做法

适度地进行良性竞争，通过正常的市场竞争机制淘汰不合格者。

不好的做法

中国几大家电厂商，如长虹、康佳等，曾经打过激烈的价格战，这就是恶性竞争的一种。产品价格越压越低，其实是企业在互相伤害。降价表面上对消费者有利，但长远看来终将损害消费者利益，所以在政府干涉下家电厂商停止了价格战。

两虎相斗

——选择参与竞争的合适时机

有一个小孩被两只老虎从村子里偷了出来。在村子边上，两只老虎为争着吃这个小孩而互相争斗着，它们吼声震天，招招致命，都希望把对方杀死，从而独享美食。

管庄子看见了，连忙去家里拿工具要去刺杀它们，希冀救出小孩。管与对他说："老虎是贪吃的猛兽。现在两只老虎为争着吃一个小孩而拼命，最后，小老虎一定会被咬死，大而强壮的那只一定会被咬伤。你等到大老虎受了伤，然后再去刺它，杀起来就不用那么费力气了，而且你一下子就可以得到两只老虎。用刺杀一只老虎的气力，却可以刺杀两只老虎，这多好啊！"

管庄子听了他的话，在那只小老虎被咬死之后向大老虎发动攻击，果然得到了两只老虎，并成功地救出小孩。

分 析

管庄子是一个急性子的人，看到老虎为小孩争斗，恨不得马上去杀虎救人；管与是一个冷静的有谋略的人，他想到了一个更加节省力气、事半功倍的办法——等老虎争斗完毕、一只老虎被杀害后再去杀虎。

管与的方法能够降低杀虎的风险，毕竟杀一只受伤的老虎比同时对付两只老虎来的轻松，成功更加有保障。这告诉我们，要取得胜利，不能光凭勇敢。善于运用智慧的人，可以用较小的代价，取得较大的收获。

理论延伸

其实企业也会遇到很多类似的情况，看到自己的竞争对手在进行殊死搏斗，自己是马上加入，还是等等再说？这时候企业需要耐心，需要在情势明晰的时候，再决定自己的对策，贸然加入只会让自己堕人泥潭。

选择时机异常重要。选择合适的时机，可以达到最好的效果，以最小的代价获取最大的成功；如果在不恰当的时候介人，则很可能一无所获，甚至有可能遭遇失败。

好的做法

中国移动在中国联通和小灵通进行激烈的价格战的时候采取观望的态度，并不是马上投入战斗，而是观察各方的动态和市场的反应，然后再据此采取对策。此招使中国移动避免了价格战的损失，并从中获利不小。

不好的做法

一看到同行业其他企业都在某一方面竞争，就马上加入，生怕好处轮不到自己。其实，盲目地参与竞争不仅会丧失更好的获利时机，还可能给自己造成巨大的损失。中国彩电行业有一年就发生了全行业的恶性降价事件，竞相压价，结果彼此的损失都很惨重。

生肖大赛

——致力于建立企业的竞争优势

玉帝要选出十二种动物作为十二生肖。动物们知道这个消息后都非常热情地参加，积极准备，公鸡和龙也参加了。公鸡有一对大家公认的漂亮的角，龙的身上头上都是光光的，它觉得很不好看，认为这样一定会落选。

有一天，龙跑到公鸡面前笑嘻嘻地说："公鸡老兄，您的羽毛真漂亮，您的爪子真好看，还有您的叫声比黄鹂鸟唱歌还好听，一定能被玉帝选上的。而我身上光秃秃的，什么都没有，哪怕有一对像您头上这样漂亮的角也好啊。好心的公鸡大哥，你就把那对角借给我吧，我用完就还你。公鸡兄弟，我知道您是好人，不会眼睁睁看着我被淘汰的。"

公鸡听到龙的夸奖后顿时心花怒放，很爽快地把角借给他了。

最后生肖大赛结束了，公鸡和龙都入选了，但龙排在了公鸡的前面，就是因为玉帝看中了龙的那对漂亮的角。

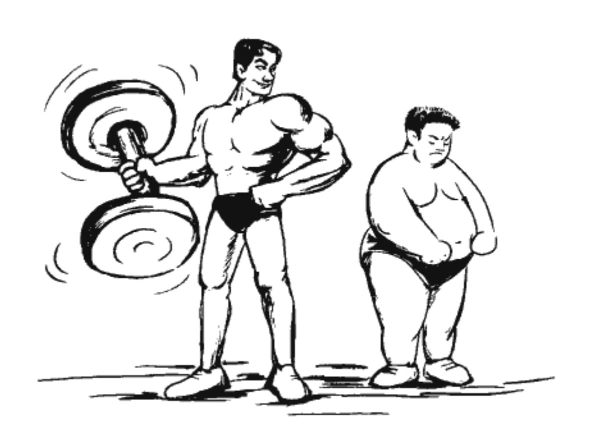
分 析

公鸡有一对漂亮的角，这是他的竞争优势，它本来也可以在十二生肖里排上一个很好的位置，可是它却一听到龙的赞美就晕头转向，居然把自己最具竞争优势的角借给了龙，最后虽然两者都入选了，但龙却排在了它的前面。可见，一旦我们失去自己的竞争优势，就会被别人打败，甚至被淘汰。

理论延伸

企业要生存下去，并且想在市场上有比较好的表现，必须具备竞争优势。这种竞争优势需要企业去发掘、去创造，而一旦我们形成了自己的优势后，就应该充分利用，而不是置之不理，甚至让对手占有这种优势，如果这样就会在竞争中被淘汰，就像公鸡一样，排在了龙的后面。

优势是企业在竞争中得以获胜的必要条件，在越来越多的情况下，企业并不是以单一的



优势来取胜，而是随着时间的推移，将各种优势叠加在一起。企业能够在许多方面建立竞争优势，如：质量、速度、安全性、服务、设计、可靠性以及低成本、低价格等。

好的做法

伟大的公司以一个基本的理念为核心在公司内部注入一套相互扶持的优势。沃尔玛、宜家、西南航空都有各自的竞争优势，使它们能够在各自的行业里定价最低。竞争对手如果只是抄袭它们的一些做法的话，那么这些竞争者在赢得竞争优势方面是不会成功的。

不好的做法

竞争优势是相对的，并不是绝对的。新加坡航空公司的竞争优势比较单一，主要集中在服务质量上。当其他航空公司也致力于提高服务质量时，它的竞争优势就可能慢慢地消失。

借助牛力

——学会以己之长，攻彼之短

生肖大赛开始了，比赛规则是谁先到达生肖大门谁就排第一，老鼠和牛都参加了。

老牛身强力壮，跑起来特别快，不一会儿就跑到很远的地方去了。老鼠身体比较小，哪里是老牛的对手啊，很快就成了参赛队员里跑在最后的一个。老鼠看到前面健步如飞的牛，想到自己无论怎么样加快速度都不可能最先一个到达终点，不禁伤心起来。

突然间老鼠想到了一个办法，趁着老牛休息的时候它加快跑到牛身边说：“牛大哥，您跑得这么快，冠军一定是属于您的了，看我，怎么跑都是倒数第一了。我知道您是个好人，您就让我骑在您背上吧，这样到了终点您是第一，也可以给我一个第二啊，这样我就感激不尽了。”老牛听完老鼠说的话，也觉得有理，反正第一都是自己的，就当是做件好事，或许还能得到玉帝的奖赏呢，就答应了老鼠的要求。快到终点的时候，老鼠看到终点线就在眼

前，使出浑身力气从牛背上跳下来，第一个冲到了终点。

分 析

相比牛而言，老鼠是多么的弱小，可是它却借助牛的力量夺得生肖大赛的第一名，这简直就是一个奇迹。每个人都有自己的长处和短处，有时在面对别人的长处时，仅仅扬长避短是不够的，还要懂得借助别人的长处来弥补自己的短处，这样才能在竞争中占据优势地位。

理论延伸

在营销竞争中，尤其是在广告竞争中，我们经常会碰到那些比我们强的竞争对手，这个时候我们应该看到对方的弱点，了解自己的长处，用自己的长处去攻击对手的短处，这样才能在竞争中寻求生机。这种以己之长攻彼之短的策略在攻击性广告中被常常用到。因为在每一条广告中，版面或时间都是有限的，所以我们不能面面俱到，只能用自己产品的最显著的优点去攻击对手的弱点，这样才能给消费者留下深刻的印象。

好的做法

百事可乐的广告中总是攻击可口可乐味道不如百事好，或者攻击可口可乐没有百事可乐那么受年轻人欢迎，这种广告攻击策略为百事可乐赢得了广大的消费者。无独有偶，还有美国的一家汉堡店制作的攻击麦当劳的广告也颇为经典：一个老妇人，买了一个麦当劳汉堡，咬了一口是面包，再咬一口还是面包，她愤怒地大喊：牛肉在哪里？这则名为“牛肉在哪里”的广告在美国引起了巨大反响，造成麦当劳销量大幅度下滑，广告的女主角也成为美国的名人。

不好的做法

当然，进行广告攻击要把握一个度，若语言过于刻薄，或不尊重事实，对竞争对手诽谤的话，结果反而会引起消费者对攻击对象的同情，损害自己的形象。例如微软的“你的Palm能这样做吗”系列攻击性广告，因为带有欺骗性的内容而遭到美国联邦贸易委员会的指控。这些广告宣称采用微软操作系统的掌上电脑，具备一些采用Palm操作系统的掌上电脑所没有的功能，但实际上，这些功能都需要消费者在获得无线性能上支付额外的费用。

涸泽之蛇

——商场不完全等同于战场

那年夏季，久旱不雨。严重的缺水使庄稼地裂开一道道又宽又深的口子，不少的池沼也干涸了。原来栖息在水沼中的一些虫、鱼、蟹、蛙等，能够搬迁的都搬走了。最后还剩下两条花蛇，一大一小。它们眼看着池沼边的杂草全部枯槁，也准备另找一处安身之地。

临行之前，那小蛇对大蛇说：“你身强力壮，走得又快。如果你在前面走，我在后面跟

的话，我们很容易就会暴露目标，被人捕杀。你走在我的前面，必然先遭祸殃。因此，我们应该换一种方式。你最好背着我走。因为人们从来没有见过哪一类蛇是这种模样，也从来没有看到哪一条蛇像这样行走，所以一定会起疑心。很可能他们还会把我当成一位神君，这样对我们敬而远之，我们不是可以蒙混过关、安全抵达目的地了吗？”

大蛇觉得小蛇的话有道理，于是背起小蛇穿过大路，朝目的地行去。见到这两条上下重叠、蜿蜒游走的蛇的人都很恐惧，谁也不敢靠近它们。这些人回去以后，绘声绘色地向旁人描述自己所见到的情景，并煞有介事地说：“刚才我看见蛇神了。”

分 析

如果大蛇和小蛇分开行走的话，两者都可能遭到人们的攻击而丧命；但是二者合作后，不仅安全抵达了目的地，而且还赚得了“蛇神”的美誉。这就是合作的力量，它能够起到“1+1>2”的作用，使合作的双方达到“双赢”。

理论延伸

现代企业也会碰到许多类似大蛇和小蛇遇到的问题：如果两家或者多家企业联合起来，就可以互补不足，增强总体实力和竞争力，使大家都获益；如果各顾自己、单兵作战的话，很可能都遭受损失。特别是遇到行业危机的时候，各企业更应该以整体利益为重，为了挽救整个行业而进行合作，在这个时候，帮助别人其实就是帮助自己。

好的做法

IBM公司通过与合作伙伴以及领先的独立软件开发商建立战略联盟的方式，弥补了自身的不足，不断地改进自己的产品，从而为客户创造了最佳契合点。Tivoli软件与合作伙伴建立了密切的合作关系，为合作伙伴提供了全面的市场及技术支持。现在，Tivoli在全球60%的存储业务都是通过合作伙伴完成。而在亚太区，它的合作伙伴完成了超过80％的存储业务。

不好的做法

有些企业目光非常短浅，特别是自恃实力雄厚的一些大企业，总是喜欢独来独往，拒绝和其他企业合作。有一个典型的例子就是IBM和微软。微软初创的时候，曾经希望和IBM合作，借助巨人的声誉来发展自己，结果IBM拒绝了微软的要求。于是微软自立门户，结果几年以后就发展成为IBM的强劲对手。

山羊的代价

——失去诚信，受损害的是自己

山羊和骆驼以前是很好的朋友，它们经常在一起玩耍，一起寻找食物。

有一天，山羊和骆驼来到一个高高的围墙边玩，看到里面有棵大树，树上有很多叶子。

骆驼抬起脖子就能吃到，可是山羊怎么也吃不到，骆驼就把叶子采下来给山羊。山羊很高兴，它们就这样吃着。等它们把靠近围墙边的叶子吃完后，山羊发现围墙旁边有个小洞，山羊很容易就钻进去了，骆驼怎么也钻不进去。

于是山羊就对骆驼说："骆驼大哥，你在外面等我，我进去把那些吃的弄出来给你。"这样骆驼就在外面等。可是山羊进去后就只顾自己吃，根本没想到外面的骆驼，骆驼在外面只有傻傻地等着。

从此，骆驼再不跟山羊做朋友了。不久森林里发生大干旱，所有的草和灌木都干死了，只有高高的树上还有一些叶子可以吃。这时候山羊就找不到吃的了，但是它又不好意思去找骆驼帮忙，于是就饿死了。

分 析

很多时候，当没有利益冲突的时候，朋友之间还能安然相处，就像以前的山羊和骆驼，可是一旦相互之间发生利益分歧，有些人就会背信弃义，不顾与朋友之间的承诺，独自一个人去享受。

要想维持友情的长久，最关键的就是要讲信用，否则友情的桥梁就会断，甚至会给自己带来不可估量的损失。同样，合作伙伴之间也要讲诚信，一旦违背诺言，不仅损害对方的利益，自己同样也会遭受损害。

理论延伸

企业营销部门的工作是通过创造顾客价值和满意度来吸引顾客并建立与顾客的联系。但是营销部门仅靠自己的力量是不能完成这项任务的。它们的成功还依赖于公司微观环境中的其他因素——本公司的其他部门、供应商、市场中介、顾客、竞争对手和各种公众因素等。这些因素构成了公司的价值传递系统。

在诸多因素中，合作伙伴对企业来说占有重要的地位，所以企业和伙伴之间只有建立完全的信任关系，信息和资源才能在整个价值传递系统内部自由、快速地运行，企业才能生存并发展壮大。任何一次失误，都会使诚信受到损坏，严重的还会导致价值传递系统运作不畅。

好的做法

坎贝尔羹汤实行合格供应商方案，而且对所有供应商都以诚相待，把公司的真实状况和需要及时地反馈给供应商。公司出现任何问题，供应商都能及时地得到通知。在该方案中，公司为供应商设定了很高的标准，只挑选少数几家遵守承诺、讲究诚信的供应商作为合作伙伴。

不好的做法

有些企业对自己的供应商和分销商耍阴谋诡计，把他们当作利润分食者而不是竞争力的构成要素。企业上下游关系很紧张，也会影响到企业的顺利运作。

三虱相讼

——竞争对手也有合作的时候

一天，三只虱子在一头肥猪的身上相互争吵起来。

这时，另一只虱子经过这里，见它们争吵得不可开交，就问道："你们为什么争吵呢？"

三只虱子一起回答说："为了争夺猪身上最肥的地方。"

那只虱子听了，说："你们难道不知道腊月祭祀的日子即将到来吗？到那时候，茅草一烧，这头猪就被杀掉丢进汤锅里了，还在这里争吵什么呢？"

三只虱子一听，恍然大悟。它们立即停止争吵，挤在一起，拼命地吸起猪血来。

猪被吸瘦了，到了腊月祭祀的时候，人们就没有杀它。

分 析

三只虱子寄生于一头猪身上，难免会发生摩擦，于是有一天因为争夺猪身上最肥的地方而发生争吵，这本来也很平常。但是一只聪明的虱子经过的时候看到了这一切，它发现了真正的问题所在:它们现在应该关注的是怎么样不让猪在祭祀的时候被杀掉。因为一旦猪被杀，这三只虱子就失去了赖以存在的基础了，"皮之不存，毛将焉附"，到时候谁也没法活下去了。

这是一个整体利益和局部利益的问题。整体利益高于局部利益，整体利益得不到保障，局部利益也必然受到损害。所以三只虱子为了保证将来还有猪血可吸，暂时放下了个人利益的争夺，全心投入整体利益的维护中去。最后，它们成功了，整体利益和局部利益都受到了保护。

理论延伸

市场中的每个领域都会有许多企业相互竞争，当然，也不可避免地会产生各种矛盾。怎么与竞争对手相处呢？是为了眼前的小利相互争斗，直到斗得你死我活，还是在竞争中相互协调，先一起努力把市场做大，然后再来分享利益呢？看过这个寓言，我想答案自然会是后者。

这不禁又让人想起价格战的害处来了，价格战短期内也许会让某个厂家受益，但是对整个市场容量的增大并没有好处，只是市场份额的重新划分罢了。所以，为了维护共同的根本利益，各企业应该联合起来把"蛋糕"做大，不要因为过度注重眼前利益而损害长远利益。

好的做法

停车业是一个利润率不算太高但回报率稳定的行业，但是车主普遍反映停车费偏高。解决这个问题的根本就在于促进停车业的良性竞争，提高停车服务的性价比水平。加强停车业的良性竞争，使各企业在竞争中进行协作，合力拓展整个市场，从而有效提高性价比。

不好的做法

有些企业不去发掘更大的市场容量，而采取恶性竞争的方法尽力夺取市场。一个典型的案例是：自2003年7月起，河南省临颍县400多个使用过193电话业务的用户家里就开始陆续出现电话无音现象，打不出也接不进，经用户和临颍县联通公司调查，原来是临颍县通信公司故意将电话线掐断。经用户交涉，一些电话逐渐开通，但开通电话的用户被通信公司“忠告”说不能再使用“193”，如果再用，公司将继续掐线。而用户已经预付了20元到100元不等的193长话费用。用户想退掉预付的193长话费用，又遭到通信公司的拒绝。

猪妈妈吃闭门羹

——从自己身上找原因

好久没回家看望自己的老母亲了，猪妈妈决定这个星期天去看望一下自己的母亲。离家之前它交代三只小猪说：“你们三个要好好待在家里，我去你们姥姥家，三天就回来，在我没有回家之前不准出去，不管是谁敲门都不要让它进来，知道吗？”说完就穿着猪外套、挎着小包出去了。

路上突然下雨了，等猪妈妈到娘家的时候已经被淋成“落汤鸡”，猪姥姥赶忙给猪妈妈换了一件狼皮外套。因为下雨，猪妈妈担心家里漏雨，第二天就赶回来了。它穿着猪姥姥给的狼外套拼命赶路，可等它到家的时候已经天黑了。

猪妈妈对着门里喊：“我是你们的妈妈，今天提前赶回来了，你们快开门。”不管猪妈妈怎么叫，小猪们就是不开门，因为它们看到的明明是一条狼。

最后，猪妈妈没力气喊门了，只好坐在门口，心里还在嘀咕：这些孩子今天是怎么了，连自己的妈妈都不认识，真是一群笨猪。

分 析

猪妈妈提前回家，还穿了件狼外套，叫小猪们怎能随便相信它就是自己的妈妈呢？小猪



并没有错，是猪妈妈自己变化太快了，以至于小猪们都无法接受。可是猪妈妈却在心里怪小猪们笨得都不认识自己的妈妈。很多时候我们都怪别人变化太快，而实际上真正要检讨的应该是自己。

理论延伸

复杂多变的营销环境下，企业的营销活动无论策划得多么周密，构想得多么细致，总会有这样那样的问题，甚至会出现销售状况急转直下的情况。这时候，我们是怪消费者需求变化太快还是从自己身上找出原因呢？当然我们应该选择后者，因为消费者是企业赖以生存的基础，企业的目标就是要千方百计地适应消费者的变化，从而获得利润。消费者的需求是变化多端的，当企业一旦发现不能满足这个需求时，应该审视自己，发现自己的不足，尽快弥补，这样企业才能永立不败之地。

好的做法

有些企业有相当顺畅的信息处理机制和决策机制，当企业的营销业绩下降时，马上有专门人员检视企业内部的不足，同时对照外部环境的变化，作出更优的决策，从而能够马上扭转颓势。

不好的做法

当企业营销出了问题，没有人敢于承担责任，也没有人敢于发起改革，把错误都归为其他人或外部因素。殊不知决定营销现状的都是企业的内因，而且“冰冻三尺，非一日之寒”，是以前的失误才造成今天的被动。

仙人掌中的水分

——随消费者而动，设法去满足

探险家们想征服沙漠，他们每天都骑着骆驼在沙漠中考察，风餐露宿。慢慢地他们的食物吃完了，最后水也没了，探险队的成员都很渴，眼看着就要被渴死了。他们到处找水源，希望能找到哪怕是一丁点的水。

找遍了整个沙漠，寻了上千里路，历经各种沙漠里的灾难，就是为了能够找到救命的一点水，但是他们始终没有找着，每个人都累得筋疲力尽，倒在沙漠里一动不动。沙漠见状就冷冷地嘲笑他们说：“嘿嘿，在我的整个身体里是没有一滴水的，你们也休想找到。”

就在这个时候，其中有个人看到了身边长着的仙人掌，就把它挖起来了，然后奇迹出现了，在那个仙人掌的根里含有沙漠里仅有的水分，他们都高兴得不得了，只有沙漠在为刚才说过的话而羞愧不已。

分 析

若不是口渴，相信谁也不知道那仙人掌下面的根竟含着沙漠里的救命之水。很多时候

就是这个样子，因为有了需要，人们才会千方百计地去满足它，才会有很多人去创造，去发明，才会有很多新鲜的东西出现在面前；而一旦这个需求没了，就不会有那么多新的东西被发明，也不会有未知的东西被发现。

理论延伸

需求是发明创造的驱动力，随着时代的变化和经济的发展，消费者总是会提出新的更高的要求。企业要通过市场调查及时发现消费者的需求，并且研发相应的产品来满足消费者的这种需求。若是看到别人的产品已经问世才开始有所行动那就太迟了。所以企业若是能够在识别消费者需求上行动快速一些，并且开发的产品能够更符合消费者的期望，那它离成功的距离也就不远了。

当然，除了满足消费者的需求之外，企业更应该积极主动地去创造需求，引导消费者产生新的购买欲望。这对企业来说是一个更大的挑战，当然，也定能够给企业带来更丰厚的利润。

好的做法

有些企业非常善于发现新的消费需求，如苹果电脑公司发现了消费者对家用个人电脑的需求，在IBM把全部精力放在开发大型计算机的时候，它首先向个人电脑进军，结果先拔头筹，取得了竞争优势。而戴尔发现了消费者对价廉物美的个人电脑的需求，于是率先采用直销定做的形式销售电脑，不久也成为电脑业的巨头之一。

不好的做法

有些企业反应迟钝，不但没有能力去创造消费需求，甚至摆在眼前的新需要，他们也不敢或者是没有能力去开发以满足消费者，还固守着老祖宗那套原始的方法，这样的企业在瞬息万变的市场竞争中毫无疑问将处于劣势。

爬山虎

——消费者才是影响营销决策的关键因素

很久以前爬山虎是生长在墙角根下的植物，而且根系很深。有一天它突然对墙壁说：“墙壁大哥，你这么高大，老是挡着我的光线，让我都不能吸收阳光了，我一定要超过你。”墙壁听了没说什么。

于是从第二天起爬山虎就开始不停地往上爬，它一心就想着有一天能够超过墙壁，可是从来没有想到自己的根系承受不了它这样的折腾。开始的时候还挺有劲，慢慢地它就有些坚持不住了，没过多久，就完全没有力气了，但是它还是不顾一切地继续往上爬。到了最后，它的整个根系都露出了地面，再也没有力气往上爬了，这时回头看见自己的根却是悬在空中的，为了生存它只有把根扎在脱离地面的墙壁上，永远都不能享受大地的厚爱了。

从此，爬山虎就成了长在墙壁上的植物，它的根系永远露在外面，任由风吹雨打。

分 析

面对墙壁，爬山虎选择向上攀生，在不停地往上爬的过程中它没有注意到根系的问题，而只想到要长过墙壁，在竞争中取胜，到最后落得个根离土地的下场，幸好还有墙壁可以让它维持生存。同样，在生活中，也总是有很多人只是一心想让目标早日实现，而忽视了与这个目标紧密相连的最关键因素，到最后受伤害的还是自己。

理论延伸

在日益激烈的市场营销竞争中，营销人员在采取营销对策之前必须要明确一件事：营销决策的制定和实施是以什么为判断基础，是以消费者的实际状况为判断基础，还是根据竞争对手的营销措施随时调整决策？

消费者在市场营销中处于核心地位，消费者的选择决定企业的命运，市场营销的任务就是发现消费者的需求并提供相应的产品和服务以满足这种需求，所以营销决策的制定应该以消费者的实际情况为依据。虽然在营销战中，竞争对手的措施会对自己和市场有很大的影响，但是绝对不能完全以竞争对手的营销决策为转移，否则，就将在激烈的市场竞争中迷失方向，找不到自己的市场定位，失去自己的个性。在产品大量同质化的今天，没有准确的市场定位和鲜明个性的产品和服务将很难在消费者心中留下深刻印象，从而使企业很难获得成功；而营销决策的经常性变动，也将造成企业内部营销人员和企业外消费者的认知混乱，不利于企业长期品牌的建设。

好的做法

成功的企业，都是有主见、有独特个性的企业，它们坚持自己的信念和观点，坚信自己的产品和服务能够满足消费者需要，并且以满足消费者的需要为营销出发点。如苹果电脑的乔布斯，一直都相信人们需要更加小巧便利的电脑；而福特则坚持“要为大众造一辆车”。

不好的做法

任何企业，就算是采取追随者定位的后进企业，如果对主流企业盲目采取跟进策略，必然会在竞争中丧失自我，丧失市场，丧失消费者。

武断的肉店老板

——去了解消费者

古时候有个肉店的老板，他卖的肉都是最新鲜的，价格也是最便宜的，可是每当有人来买肉的时候，他从来都不问顾客买什么样的肉，只要抓着哪块就给哪块，这样客人总是买不到自己想要的肉，久而久之，人们就不去他那儿买了，肉店的生意也一天不如一天。

这天好不容易有个顾客过来，肉店老板还是问也不问就随便抓了块给他，买肉的人不想要这块肉，于是对他说：“我要的不是这块啊，我要那块羊肉，还要那块狗肉。”肉店老

板回答说："我卖的肉都是最好的，而且从来都是这样抓到哪块卖哪块的啊，别人也都没说什么啊。"买肉的人回答说："这就是你的不对了，你卖的肉虽然质量好，但是别人要买哪块肉应该由他们自己决定，你问都不问一声就随便抓块肉给别人，这不一定就是人家想要的啊。难怪你的肉店生意会如此萧条了。"说完就走了。

肉店老板觉得那个人说的话很有道理，自己怎么可以代替别人的想法呢？从此对每一个来买肉的人他都要问得一清二楚，买什么肉，多少斤，肥的还是瘦的，这样肉店的生意又开始好起来了。

分析

肉店老板卖的肉的确是最好的，可是后来还会生意萧条、门庭冷落，这其中最大的原因就是老板从来不问别人要什么，觉得自己卖的肉好就随便抓块给客人，这样的买肉方式客人怎么能够买到自己喜欢的肉呢？

理论延伸

老派的产品观念认为，企业最关心的应该是产品，他们认为只有生产最好的产品才能争取到消费者，才能实现企业盈利。实际上，了解消费者才能带来巨大的利益。

如果只是一味追求高质量的产品，而忽视对消费者需求的了解，这样的产品即使质量再好，如果不是消费者需要的那种，也只会成为企业的累赘。而一旦能够按消费者的意愿去生产产品，这种产品是一定会畅销的。

好的做法

市场上最成功的企业，往往都是那些对消费者最为了解的企业。蓝色巨人IBM如此成功，除了技术上的优势外，深入了解消费者一直都是它成功的法宝之一。IBM设有专门听取顾客意见的部门，它会及时把顾客的意见和建议反馈到生产研发部门，随时根据消费者的要求更改产品和服务。

不好的做法

不关心消费者，甚至对顾客关于产品和服务的要求置之不理，企业必然会走向失败。那些在短期内获得成功的"暴发户"型的企业，很可能对消费者比较傲慢，并因此种下失败的祸根。

鲁人养鸟

——把产品的"最佳特点"告诉消费者

以前鲁国有个人很喜欢养鸟，他搜集了各个地方最珍贵的鸟。这天有只海鸟从遥远的东方飞过来，因为太累就落在了鲁国人的屋脊上。鲁国人从来没见过这么漂亮的鸟，以为是他养鸟的行动感动了上天，玉帝特意赐给他的。



于是他就把这只鸟抓起来并供奉到祖庙里，一路敲锣打鼓，用最高规格的礼仪接待它，还摆了很多桌宴席给海鸟接风，毕恭毕敬地给它敬酒上菜。可一整天这只海鸟都没有进一粒米，也没喝半点水。

第二天鲁人兴高采烈地去看他的鸟时却发现，海鸟已经死了，而且是饿死的。

分 析

被尊为“神鸟”的海鸟死了，是因为鲁人不关心它吗？不是，鲁人非常关心甚至是崇敬它，给它好吃的、好喝的，甚至对它顶礼膜拜。但是当关心过了头，尤其是关心的方式不正确的时候，善意就成为伤害，以至于最后害死了海鸟。

理论延伸

消费者需要最高级的服务和完美的产品吗？如果你去问消费者，尤其是你去做问卷调查或者小组访问时，相信所有的消费者都会非常大声地告诉你“是!”他们需要更安全的汽车，更柔软吸水的手纸，更可口的食品，更快速见效的药物！但是当你问到他们是否愿意为更优秀的产品和服务支付更高的价格时，他们就会犹豫了，相信很多答案都会是“不愿意”。

这就产生了一个矛盾：需要更优质的服务却不愿意偿付更高的成本。其实，作为消费者，谁都会回答说需要更优质的产品，尤其是被选中作为调查对象的消费者（他们也许觉得作为其他消费者的代言人，有必要为大伙争取更多的权益），但是实际上消费者并不需要完美的产品。例如，大家都知道跑车空间狭小，而且噪音比较大，但是消费者买跑车主要是为了享受高速度的快感和浪漫的感觉，其他相对来说就不那么重要了，如果去追求完美，把噪音降低，再把空间扩大，也就不成为真正的跑车了，也就失去了跑车的特点。有很多消费者都说，我知道跑车比较吵，但我就喜欢这样。

好的做法

消费者购买某件商品，主要是看中了它的某个最吸引他的特点，他是为了那个“最佳特点”而去购买的，相比这个“最佳特点”，其他方面都可以忽略不计。所以，明智的企业，应该去发掘消费者对某项产品的最需要的“特点”，并且让自己产

品的这个“特点”最为突出。

不好的做法

追求完美在一定程度上成为企业的一种负累，过度追求产品和服务的完美，反而损害了产品和服务的特点，最终失去消费者的青睐。有这样一家珠宝企业，得到一颗宝石之后进行打磨，由于过分追求外表的造型，反而破坏了本来最有价值的那部分。

投牛所好

——不要把消费者的需求同一化

从前，有个叫公孙仪的人，非常善于弹琴。从他的琴声中能听得出泉水涓涓，也能听得出大海的怒涛，能听出秋虫唧唧的低鸣，也能听出小鸟婉转的歌唱。曲调欢乐的时候，会让人禁不住眉开眼笑；曲调悲哀的时候，能使人心酸不已，跟着琴声呜咽。凡是听过他弹琴的人，没有不被他的琴声打动的。

一次，公孙仪弹琴的时候，看到有几头牛在不远处吃草，不由得突发奇想：我的琴声，听了的人都说好，牛会不会也觉得好呢？且让我来试一试。

这样想着，公孙仪就坐到牛旁边，使出浑身的解数，弹了一首名叫《清角》的拿手曲子。这琴声果然美妙极了，任何人听了都会发出“此曲只应天上有，人间能得几回闻”的感慨。可是那些牛还是静静地低着头吃它们的草，丝毫没有反应，就好像它们从来不曾听到过什么一样。

公孙仪想了想，又重新弹起琴来。这一次曲调变了，音不成音、调不成调，听上去实在糟糕，很像是一群蚊子扇动翅膀发出的“嗡嗡”声，中间似乎还间杂有一头小牛“哞哞”的叫声。

这回牛总算有了反应了，纷纷竖起耳朵、甩着尾巴，迈着细密的小步子走来走去地倾听琴声。

牛终于听懂了公孙仪的琴声，那是因为这声音接近于它所熟悉的东西。所以我们解决问题的时候要根据不同事物的不同特点，对症下药研究解决方法。

分 析

牛喜欢听什么样的音乐？这是个很奇怪的问题。你也许会反问，牛也能听音乐吗？它听得懂吗？而且，又有谁会给牛弹奏音乐呢？在中国古代就有一位叫做公孙仪的人，他突发奇想给牛弹琴，结果发现牛能听音乐，只是喜欢的音乐不同于我们平常所听到的而已。

刚开始公孙仪也是想当然地给牛演奏平常人们认为好的音乐，可后来发现并不对牛的胃口，于是赶紧改弦易辙，换成“音不成音、调不成调”的“牛乐”。这下对了，牛很喜欢。看来不是牛不听或者听不懂音乐，而是要给它们演奏合适的音乐，演奏正合它们口味的音乐。

理论延伸

现在，消费者就是“牛”，企业就是弹琴的人。要吸引消费者，就要给他们演奏符合他们需要的“音乐”。而且随着产品市场的丰富，消费者的需求越来越多样化，企业再也不能

给所有消费者提供一样的产品了，消费市场不再是统一的一块，而是分裂成许多块的细分市场，企业必须为每个细分市场提供独特的产品和服务。公孙仪虽然给牛提供了独特的音乐，但是还要进一步细化，因为小牛喜欢的音乐不同于老牛，公牛喜欢的也会不同于母牛。

好的做法

市场营销要做的，就是满足独特细分市场的消费者的需要，投其所好。市场细分是当前我国农户农产品营销成败的关键。在买方市场的条件下，对农产品市场进行细分，将会成为农业发展和农民增收的有效措施。农户必须在细分市场中正确选择目标市场，才能在农产品市场营销中取得成功。

不好的做法

把消费者看成铁板一块，提供没有针对性的产品和服务，是许多企业不能很好地赢得消费者的根本原因。企业要想以单一的产品获得所有消费者的喜爱，在消费者习惯越来越细化的今天，只是一厢情愿的痴人说梦。

金钩桂挂

——给予消费者实际利益

在春秋时代的鲁国，有个人非常喜欢钓鱼，他在自己的钓具和饵料上下了不小的工夫：他用馥郁芬芳的名贵香料肉桂制成鱼饵，用黄金打造出极其精致的鱼钩，并且在鱼钩四周镶嵌上白银丝线和青绿色的美玉，而钓鱼绳则要用极其珍贵的翡翠鸟的羽毛来装饰一番。

每当钓鱼的时候，他总是早早地来到小河边，找好一个位置，摆好架势，正襟危坐。如果单从他手持钓竿的姿势和选择的钓鱼位置来看，毫无疑问都是极其标准规范的，甚至还能显示出钓者的某种优雅和闲适来。然而他这样坐上一天，直至傍晚收竿时，钓到的鱼却没有几条，有时甚至空手而返。

鲁国人钓鱼的故事告诉人们：做任何事情，如果只将注意力单纯放在外在的形式上，而忽视了其实际的效用，过分追求搭花架子装点门面，这是很难有所收获的。

分 析

鲁国人喜欢钓鱼，但是过分注重外在形式，效果反而不好。用“金钩桂饵”，搞那么多花哨的噱头，认为能钓更多的鱼，这只是钓鱼者的一厢情愿。他没有调查研究，没有考虑到鱼的真实喜好。

吸引消费者其实就跟钓鱼一样，要知道消费者真正喜欢什么样的产品和服务，然后据此采取行动，才不至于费力不讨好，花了很多工夫却钓不到鱼，吸引不到消费者。

理论延伸

在营销活动中，许多企业特别喜欢采取各种哗众取宠的方式去吸引人们的注意，例如



搞一些大活动，说一些“惊人之语”，但是却常常不重视把消费者吸引来之后企业应该做什么。消费者满怀欣喜而来，却发现并不能得到什么好处，只会败兴而归，对企业的印象都会变坏。

消费者都是利益驱动的，谁给的好处多，他就会选择谁的产品和服务。动听的说法、吸引眼球的营销招数自然不可少，但是光做表面文章，不能给消费者提供实际的利益，就算把消费者拉来了，他也不会购买；就算购买了一次，他也绝对不会购买第二次了。

好的做法

有些企业，如戴尔，给人的感觉总是特别实在，它没有虚张声势的营销手法，但是无论是产品还是价格，都让人非常放心。如果企业真的为消费者着想，给予消费者实实在在的好处的话，营销手段并不一定要多么光彩夺目，也会得到消费者的认可。

不好的做法

中国有一些保健品企业，营销手段花样翻新，公关活动一个接一个，媒体上广告大量轰炸，但是产品质量不过关，价格也过高，虽然企业有了知名度，仍无法得到人们的信赖。

牧羊人和野山羊

——老顾客更有价值

天黑了，牧羊人把羊群从牧场赶回家时，看见里面掺杂着几只不太熟悉的羊，他仔细一看，发现是几只野山羊，于是赶紧把它们赶回家，和自己的羊关在一起过夜。

隔日下大雪，他不能把羊群赶到外面去，只好让它们住在羊栏里。他给自己的羊的饲料只能勉强充饥，而对几只外来的野山羊，给的饲料却特别多，目的是想诱使它们留下来,成为他自己的羊。

过了几天雪化了，他把全部的羊都赶到外面草地上去。但是一到野外，几只野山羊一下子就迅速地奔跑到山里去了。牧羊人骂它们忘恩负义，说下雪时他把它们照顾得比自己的羊还好，而现在它们竟然这么快就离开他。

有一头野山羊转身对他说："就为这个原因，我们才逃跑的。昨天你对我们比对你养了那么长时间的羊还好，很明显，如果有另外的羊来跟你，你也会对它们比对我们更好的。"

分 析

牧羊人看到野山羊混入羊群，想据为己有，采取的办法就是给野山羊更多的饲料，施予小恩小惠，以求更大的利益。没想到那些山羊比他更精明，它们想得更远：如果它们成为牧羊人的羊了，牧羊人就不会这么优待它们，而转而优待新来的羊了。牧羊人算计了那么多，最后反而被野山羊算计了。

如果把野山羊比作新顾客，把自己的山羊比作老顾客的话，这个寓言对营销就很有意义了。如果企业为了拉拢新顾客，采取牧羊人这样的方式——给新顾客比老顾客更多的便捷服务、更多的价格优惠等好处，那么首先老顾客就会觉得受到了差别待遇，很可能转换门庭，选择其他的代替品，而新顾客也可能会像野山羊那样，得了好处之后就逃之夭夭，免得成为老顾客后也受到"冷遇"。

理论延伸

在营销活动中，企业应该更看重老顾客。因为争取一位新顾客的成本是维系一位老顾客的成本的5倍，而老顾客能够给企业提供的利润却是新顾客的3~5倍。

遗憾的是，许多公司把大量的精力放在争取新顾客上，而不是放在保留和提升现有的顾客上。公司用70%的营销预算来吸引新顾客，而其实90%的收入来自于现有顾客。许多公司在把新顾客拉过来之后的头几年是亏损的，由于过度强调争取新顾客而忽略了老顾客，有的公司每年的顾客损失率达到了令人吃惊的30%。然后，他们又浪费更多的钱永无止境地去争取新顾客，或者拉回原先的顾客去代替那些刚刚失去的顾客。

好的做法

新加坡航空公司给老顾客更多优惠，只要旅客乘坐新航达到一定里程，就可以享受到精美小礼物、豪华候机厅、移动电话以及机票打折等一系列独有的服务。

不好的做法

有些企业因为过度重视争取新顾客，只把争取到的新顾客作为衡量营销部门业绩的标准，而不把维持老顾客算在内。此外，有些企业对老顾客的贡献视而不见，也不想办法去鼓励顾客忠诚度的提升，反而做出一些伤害顾客忠诚度的事情。

撒谎的牧童

——消费者只上一次当

有一个牧童在村边放羊，春天阳光真好，他躺在草地上睡觉，一会儿起来骑羊，一会儿到草丛里去捉蛐蛐，但一个人玩来玩去还是没意思，突然他灵机一动想到一个好玩的办法。



他跑到山坡上，朝村里大叫："狼来了，狼来了！"村里正在干农活的人听见了，赶紧停了手中的事，拿着武器慌慌张张地跑来。可是当他们赶过来救助他时，才知狼根本就没有来。牧童看到大人们忙乱而着急的样子，反而讥笑他们。他觉得有趣极了，于是三番两次地这样戏弄大家。

有一天牧童正在草丛里找蛐蛐呢，发现有一只狼正偷偷摸摸向羊群靠近，牧童被吓坏了，连帽子都来不及拿，就没命地跑到村边，慌忙大喊："狼来了！狼来了！请快来帮我啊，狼在吃羊了！"

可是他喊破了咽喉，也没有人相信他，更没有人来帮助他。狼本来还有些害怕，后来发现一个救助的大人都没有来，于是一点都不担心，不慌不忙地动手，把整群羊都给咬死了。

一直说谎的人即使说了真话，也没有人会相信。

分 析

这是一个老故事，小时候大人总是想通过这个故事告诉我们，做人一定要诚实，如果经常说谎的话，就不会有人相信我们了，即使以后说真话，也很难让人们对我们重新建立信任。

牧童出于无聊去欺骗大人来寻开心，其目的虽然是利己的，但并非罪大恶极。但是人都是善于吸取经验教训的，上过一次当，也许还会上第二次，但是上过第二次、第三次之后，就绝对不会重复上当受骗了。所以牧童得逞几次之后，等到狼真的来了的时候，人们便再也不相信他了，他叫得越凶，表现得越着急，人们就越会认为他在说谎骗人。

理论延伸

在关系到切身利益的消费者市场，人们更是不会给说谎者任何机会，消费者绝对不会上第二次当。因为市场中有这么多厂家可以选择，消费者拥有相当的自主权，他没有必要去选择一个有不良记录的产品和服务的提供者；而且，消费者多是非常"记仇"的，他们总是牢牢记住遭受的任何损失，并且向周围的朋友诉说自己的不幸经历，这样将造成更多的消费者远离有"前科"的企业。

好的做法

不要给消费者上当的机会，也就是说，企业要做到有一说一，说到做到。在这方

面，国外的很多优秀企业是我们的榜样，例如，有一次美国一家饮料企业为了促销打出广告说，只要收集1亿个瓶盖，就可以得到一架黑鹰直升机，因为该企业认为没有人真的会去收集1亿个瓶盖，他们认为这不可能。结果没想到有一位消费者真的做到了，公司十分吃惊，但还是给了这个人一架黑鹰直升机。

不好的做法

有一段时间，福建省泉州市面临着有活找不到人干的窘境，甚至有的打工者没出门时一听说是去泉州，便“宁愿蹲在家里闲着”也不愿去，以至泉州出现了“20万工无人打”的怪现象。原因是部分民营企业特别是一些中小企业诚信严重缺失，不能善待打工者，致使许多民工深感在泉州打工艰难，谋生不易，久而久之便视为畏途，不敢再来了。

猎人和狼

——想办法让普通顾客变成忠诚顾客

以前猎人打猎时不带猎狗。

有一天，猎人在森林里发现了一匹受了重伤的狼躺在那边奄奄一息，于是就把它带回家，包扎了狼的伤口，每天还给它换药。就这样过了不久，狼的伤口愈合了，受伤的狼也恢复了以前的健康。

这一天，狼走到猎人面前对猎人说：“猎人，是您救了我，我的命是您给的，以后我就守在您身边，帮您打猎吧。”

猎人刚开始有些不相信，但他看到狼的眼神那么诚恳，就答应让狼留在身边，每天打猎他都带着狼一起。他以为狼会离他而去，但狼一直都陪在猎人的旁边。狼的野性也慢慢收敛，于是逐渐变成了猎狗。

分 析

不可否认，动物也是有感情的。从狼到狗的过程中，除了对狼进行的人性化的训练外，与狼朝夕相处、共度患难的时光也是不可或缺的。猎人对狼的无微不至的照顾与关心，成了狼惟一的依靠。久而久之，狼野性的一面被驯化，变成了今天的猎狗。

由此想到营销中企业与顾客的关系。吸引顾客的不单是产品的漂亮外观、优良的质量，还有企业对顾客的关心，这样产品才可以永远立于不败之地。

理论延伸

顾客是企业的衣食父母，吸引和留住顾客是企业的头等大事。那么企业和顾客的关系又是怎么样的呢？有人说是纯粹的利益关系：企业给顾客提供产品和服务，顾客为此支付货币。从表面上看确实是利益关系，但是能够长期留住顾客的仅仅是给与顾客的利益吗？绝对不是。人比动物更重感情，除了物质上的需要，人在情感上更需要得到满足。所以企业除了给顾客提供优质的产品和服务外，还要和顾客建立亲密友善的关系，真正做到为顾客着想，

把顾客当作企业的朋友，使顾客在情感上对企业有依赖感，这样才能长久地留住顾客。

好的做法

越来越多的企业开始引入“关系营销”的做法，力图和顾客发展某种类似于朋友的亲密关系，从情感上为消费者选择本企业而不是竞争对手提供理由。迪斯尼俱乐部是把创造和维护良好的客户关系作为重要的战略武器来使用的典型例子。通过识别现有客户，研究他们的购买习惯和爱好，同他们维持积极的关系，企业才能够有效地抓住客户。

不好的做法

企图纯粹以“出色”的产品征服消费者，把消费者当作千人一面的物欲机器，忽视其情感需要的企业得不到消费者的“心”。

养羊和养鸡的不同

——随消费者的需求变化“与时俱进”

从前有一个人很会养羊，他对于放羊确实很有一套，每次都能把羊领到草最多最嫩的地方，而且把羊管理得井井有条。羊吃完草就会跑到山坡上晒太阳，也从来不会乱跑，于是他养的羊都长得很健壮，他因此也赚了不少钱。

后来羊渐渐地不值钱了，鸡的需求量大了起来，于是这个养羊高手就把羊全卖了转而养鸡。他觉得他以前养羊的那套方法不错，于是把鸡都放到草地上让它们随意走动。鸡可没有羊那么听话，到了空地上就四处跑，很多鸡因此就丢失了，于是他的鸡越来越少，到后来鸡全都跑光了，他也因此赔了一大笔钱。

分 析

养羊能手也能养鸡吗？当然可以，只要他能够将养羊的方法加以变通，根据鸡的特点，结合养羊的经验，开发出适合养鸡的新方法，他照样可以把鸡养好。但是寓言里的人只知生搬硬套，当自己饲养的对象已经发生了巨大的变化之后，仍然使用以前的那套方法去对待它们，不可避免地要遭受损失。当饲养对象发生变化时，饲养方法也要随之变化。

理论延伸

中国消费者的巨大变化，向中国市场提出了新的要求，怎么发现并满足这些需求，就成为营销的最大任务。改革开放前是纯卖方市场，消费者实力比较弱，在市场中的地位处于劣势，一般是给什么要什么（因为那时候物质产品极其缺乏，供不应求）；到了20世纪八九十年代，市场逐渐出现供需平衡甚至供大于求的局面，消费者意识抬头，消费者在市场中的地位也骤然变为“上帝”，这时候的消费者有相当大的自主选择权，各大厂家也开始注意讨好消费者。进入21世纪后，由于物质产品极大丰富，每一类产品都有许多的制造商，而且产品

高度同质化，每个产商都想博得消费者的青睐——选择他的产品和服务，所以消费者在市场中居于至高无上的地位，拥有一切“生杀予夺”的大权，所有企业都要小心伺候消费者，不然就要被市场淘汰。

好的做法

在21世纪，营销上真正的赢家属于紧紧跟随消费者的节奏，甚至引导消费者变化的企业。微软就是一家永远保持更新活力的企业，它总是不停地推出新的操作系统和软件来满足消费者的需要，从而获得巨大的成功。

不好的做法

那些抱残守缺，只知道躺在公司已有的业绩上睡觉的企业，终究会被市场淘汰出局。运用新的营销手段，满足消费者新的需求，才是避免失败的正确方法。我国的许多老品牌，如王麻子剪刀等，就是因为跟不上消费的步伐，结果渐渐被市场淘汰出局。

万幸的鸭子姐妹

——改变没有什么不好

每天大清早，鸭姐妹俩总是顺着大路摇摇摆摆地走向池塘去游泳。

“这条路真好，”鸭姐姐说，“但是我在想，我们是不是另外找一条路走走。还有许多路都能通向池塘去呢。”

“不，不，”鸭妹妹说，“我不同意，我实在不想找另一条新的路。这条路我已经走惯了，很舒服。”

一天早上，鸭姐妹看见一只狐狸坐在路边的一个篱笆上。

“早晨好，鸭小姐。你们是去池塘游泳的吧？”

“对啊。我们每天都要走这条路呢！”鸭姐妹说。

“真的吗？有意思。”说着，那狐狸露出尖尖的牙齿笑了笑。

第二天，太阳升起了。鸭姐姐说：“如果我们今天还是走那条老路的话，我们一定会遇到那只狐狸的，我不喜欢看到它那副嘴脸。今天我们一定得找条新的路走。”

“你真是傻透了，”鸭妹妹笑着说，“那只狐狸看上去可像一位绅士啦，昨天它还朝我们笑呢！”

就这样，鸭姐妹俩还是沿着老路摇摇摆摆地向池塘走去。果然，那只狐狸仍旧坐在篱笆上，手里还拿着一只麻袋。

“可爱的小姐们，我正在迎候你们呢。你们没有让我白等，我真是太高兴了。”说着，它打开麻袋凶猛地扑向鸭姐妹。鸭姐妹呷、呷、呷地喊叫着，扑闪着翅膀飞似的逃回了家，赶紧把门闩上。

第三天，为了安定一下情绪，鸭姐妹待在家里没有出去。

第四天，它们小心谨慎地找到了一条能安然无恙地到池塘去游泳的路。

可见，有时改变一下习惯是十分有益的。

分 析

鸭子姐妹最后总算捡回自己的性命，这已经是不幸中的万幸了。为什么它们俩会处于这么危险的境地呢？就是因为鸭子妹妹不愿意改变，害怕改变，坚持要按照原来的方法去行事，坚持要走原来的老路，结果被老谋深算的狐狸算计了。改变虽然有一定的风险，但同时更伴随着巨大的获利的可能，尤其是遇到新情况、发现新问题的时候，改变原来的习惯是企业避免陷入危机的惟一出路。

理论延伸

已成功的营销方式不容改变吗？当然不是，随着市场状况的不断变化，企业的营销方式必须随之做出调整。没有永远成功的营销圣经，只有不停地改变、不停地更新，才能不断胜利。

顾客的消费习惯不容改变吗？答案也是否定的。在某些情况下，企业倡导一种全新的消费方式和生活方式，可以给顾客带去新鲜感，从而获得顾客的认同。而且，一成不变的营销方式也会让顾客厌烦。所以，适时改变一下消费者习惯也许会有出其不意的效果。

好的做法

越来越多的消费者到工商银行存取款时会看到“网上银行”、“手机银行”、“银证通”等品种繁多的金融新品。大量的新产品无形中改变着广大消费者的花钱习惯。顾客到商场购物时开始出现刷卡现象，而证券交易市场中有的股民也在使用“银证通”，一个电话就可把款项转来转去。

不好的做法

有些企业不愿意改变，总是以老方法去应对新问题。如一家保健品厂商曾经因为一个品牌而声名鹊起，在做另外一个品牌的时候，他们照旧使用老的办法，大规模的电视广告，在各地开展促销活动。在消费者观念已经发生很大变化的时候，仍然试图依靠过时的营销方式取胜，结果导致惨败。

拜见皇帝

——与消费者对话要做好准确的市场定位

甲、乙、丙小时候是很好的玩伴，而且互相都约好：谁以后飞黄腾达了一定要帮助另外的两个。他们长大后各谋职业，甲做了皇帝，乙是个读书人，丙是一介布衣。

乙、丙听说甲做了皇帝，又想起儿时的誓约，于是就去投靠他。乙一看见甲就跟以前一样直呼他的乳名，还对他说：“我们小时候经常在一起玩泥巴、光着身子在水里游泳，有一次还捉到了个螃蟹，一起煮着吃呢，最后把煮螃蟹的瓦罐摔破了才吃到螃蟹。我们约定以后谁发达了都要帮助另外两个人，现在你做皇帝了，一定可以封我一个大官吧？”做皇帝的甲听他这么说心里很不高兴，就随便编了个理由把他押到大牢里去了。

丙见了甲，还没到甲身边就跪礼说："皇帝陛下，还记得小时候我们一起征服那个水场吗？我们用计谋打破罐将军、活捉了蟹元帅，是何等威风，何等潇洒，而今您是威武不减当年哪！"甲听丙这么说，心里特别高兴，当即封了丙一个二品的官。

分 析

跟什么样的人交流就要讲什么样的话，否则就很难达到目的。见了一国之君还直呼其名，说一些小时候游戏的事情，让皇帝的颜面何存？聪明的丙就懂得这个道理，把以前的事情巧妙地讲给皇帝听，皇帝不但没有失掉颜面，而且似乎还增色不少。

理论延伸

企业要取得成功，必须在市场细分的基础上进行准确的市场定位，任何产品或服务都不可能满足所有的要求，所以只要有针对性地满足一部分人的要求即可。那么，企业在进行营销传播的过程中，就要根据这个细分市场人群的特点传递信息，包括传递什么信息、通过什么渠道、用什么方式都是企业要准确把握的问题。因为不同消费人群的文化程度、生活习惯都不同，必须采用细分市场能够接受的表达方式传递信息，否则，结果会是说了一大堆，别人还是无动于衷。

好的做法

芝华士作为全球顶级的威士忌品牌，它在中国的定位是25到35岁的白领人士。那么芝华士的任何营销传播活动都努力以这部分人能够接受的方式展开，如播放优雅、富有情调的电视广告片，用品位独特的诗作为平面广告的文案，在画廊举行充满时尚感和艺术感的发布会等。

不好的做法

有一家食用油厂商的定位是普通家庭，但是它的营销传播却不是针对家庭主妇或家庭"妇男"。它不是去表现温馨的家庭生活或饭菜的可口，而是刻意抬高自己的地位，努力去表现高品质的生活方式，出现的全是别墅、名车等，看完广告之后让人觉得莫名其妙，似乎跟食用油没有一点关系。

猎人和狗

——没有永远的利益，只有永远的关系

猎人有条猎狗，它每天都会陪猎人出去打猎，而且每次都会收获很多，猎人也会让它吃最好的，但狗还是每天都不高兴。

这天猎狗又耷拉着脑袋在那边叹气，猎人见了，就走过来问："我把最好的都给你了，除了打猎也没有让你做什么其他的事情，你应该很幸福的啊，为什么还唉声叹气的呢？"

猎狗听了回答说："您是给了我最好吃的，您对我也是很好，可是您从来都没有真正地



关心过我。您只是关心我吃好了可以给你追赶猎物，您还在每次吃饭的时候都用那个铃铛来呼唤我，而我还要装着很开心的样子吃你给我的食物。”

猎人听后恍然大悟，从此以后不但给猎狗吃最好的，还每天都会跟它交流一天打猎的感受，从此他们相依为命快乐地生活着。

分 析

有些时候给对方很多的利益，对方也不一定会觉得你是真的对他好。就像寓言里的猎狗一样，虽然猎人每天都给它吃最好的，但是它还是感到不快乐。物质上的供给虽然会给人带来一时的快乐，但维持最长久的关系的还是感情，而这绝不是物质可以代替的。

理论延伸

对企业来说，要和其他的合作者和消费者建立长久的关系，光靠名声和名誉是不行的，还要在情感上和消费者沟通，这就是关系营销。

关系营销是在“社会学时代”的大背景下，于20世纪90年代伴随着市场经营理念的发展而产生的。关系营销是把营销活动看成是一个企业与消费者、供应商、分销商、竞争者、政府机构及其他公众发生互动作用的过程，企业营销活动的核心是建立并发展同公众的良好关系。

关系营销是以科学理论和方法为指导的新型营销观念，它的目的是建立一种兼顾双方利益的、稳定的合作关系，减少交易成本，实现资源的优化配置，利于社会整体利益。

好的做法

哈雷·戴维森公司建立了哈雷所有者团体，团体拥有30万会员，并向会员提供一本杂志（介绍摩托车知识，报道国内外的骑乘赛事）、一本旅游手册、紧急修理服务、特别设计的保险项目以及价格优惠的旅馆，还经常举办骑乘培训班和周末骑车大赛，向度假会员廉价出租哈雷·戴维森摩托车。第一次购买哈雷·戴维森摩托车的顾客可以免费获得一年期的会员资格，在一年内享受35美元的零件更新。目前，该公司占领了美国重型摩托车市场的48%，市场需求大于供给，顾客保留率达95%。

不好的做法

有些企业不善于进行关系营销，甚至对自己的合作伙伴和消费者都不够重视，这样慢慢就会失去和伙伴建立亲密关系的机会。

羊皮不是久留之地

——为市场调研辩护

一只跳蚤生活在狗身上。一天，它嗅到了羊毛的鲜膻味。

“这是什么？”跳蚤问自己。

它姿势优美地一跳，那小小的身躯就离开了狗。这时，它发现，原来狗躺在羊皮上睡觉哩。

“妙极了，妙极了！这张皮才是我需要的！”伶俐的跳蚤说，“它又厚实，又柔软，特别是比狗身上安全多了。在这里不必担心狗爪子搔痒，也不必怕那个没有教养的汪汪叫的家伙用牙齿咬。绵羊皮真使我感到十分称心。”

跳蚤也没有更多地想一想，就钻进它将来的卧室——厚厚的羊毛里了。

突然，在跳蚤的小脑袋瓜里产生一种感觉：在厚厚的羊毛里，毛是那么密，爬到毛根上很不容易。

“我应当有些耐心。”跳蚤安慰着自己。

它试了一次又一次，分开一根羊毛又一根羊毛，渐渐地开出一条通路，最后才来到毛根。

“我到达目的地了，胜利了！”跳蚤高兴地叫道。

是啊，是啊！跳蚤真利索！不过，绵羊毛是那么细，又那么厚，闷得跳蚤连气都喘不过来了，就更别提如何享受羊毛的膻味了！

跳蚤精疲力竭，汗流浃背，垂头丧气。它想回到狗身上，可是，狗已经跑了。

可怜的跳蚤！为自己的过错感到难过，痛哭了好几天，最后饿死在厚厚的羊皮上。

分 析

跳蚤凭着自己的感觉离开了狗，选择了似乎很温暖很舒服的羊皮，到后来却发现羊皮并不如先前感觉的舒服，更要命的是，羊皮不能提供给跳蚤赖以生存的食物，这使得跳蚤最后在后悔中死去。看来，在下决心之前，需要对事物深入研究。如果像跳蚤那样，在没有充分了解实际状况的情况下就做决定的话，后悔就晚了。

理论延伸

同样，市场调研对于企业的生产管理、市场营销也具有极其重要的作用。市场调研是确立营销计划的基础。在市场经济条件下，企业为了更好地生存与发展，首先必须了解市场上有没有这种需要，需要量有多大，市场的主要份额是否已被竞争对手所占据，可否分享。此外，还必须了解消费者对产品的性能、质量、外观形态、大小规格、价格等各个方面有什么要求。同时，影响消费者购买产品的因素有很多，企业必须对这些因素作深入的了解，才能使促销活动有的放矢。在制订促销计划之前，要充分了解潜在消费者关于企业的形象、品牌

的态度以及消费者有哪些有待满足的需要等，这些都有赖于市场调研。

好的做法

宝洁的市场地位、产品研发、生产能力、市场经验、人才素质等各个方面，可以说都远远好于许多公司，但其每一次新品上市，都要经过长期的、复杂的概念测试、包装测试、试销等流程，其对市场调研的重视，是非常引人注目的。虽然调查中也有“过分官僚”的问题，但其近百年的优秀的市场表现，证明了这么做是正确的。

不好的做法

国内有些企业进行营销决策前总是缺少市场调研，凭着老板的感觉，一拍脑瓜子觉得合适就立刻上马一个项目，盲目跟风，结果往往以失败告终。

书生赴宴

——没掌握详细资料就不要轻易下结论

从前有个书生，他的朋友给了他一封信，邀请他去做客。

书生拿到信高兴极了，只看了个日期，是八月初一，于是他在初一的时候早早出门去参加朋友的宴席，可是等他走进朋友家门的时候，并没有看到其他的客人，也没有看出是要办宴席的样子。书生纳闷是不是自己把日期看错了，于是重新拿出信笺一看，同样他也只是随便扫了一眼，果然发现是自己看错了，原来里面写的是八月初二。

第二天书生又来到朋友家，可是见到的情况跟昨天一样，并没有丝毫办宴席的迹象，他想不会又看错日期了吧，于是拿出信认认真真通读了一遍，这才发现，原来朋友说的请客日期既不是八月初一，也不是八月初二，而是八月初三，这个书生第一次看信只看到一横，第二次只看到两横，所以才两次弄错日期。

分 析

书生闹出这样的麻烦，主要原因就是他看信只看到一部分，并没有整个地把信看完。生活中很多人就是这个样子的，看问题从来不全面地了解事情的整体情况，只是知道一部分，难免会闹出笑话。

理论延伸

营销调研就是企业全面了解市场状况（包括企业自己、竞争对手、客观环境和消费者）的最好的办法之一。随着竞争的加剧，市场调研受到越来越多企业的重视。企业要在消费者意识不断成熟的环境下获取更大的市场，市场调研必不可少。一些在观念和思维上比较超前的企业已经成立了专门的市场研究部门来为产品和服务的推广寻找和创造更多的机会。

市场营销调研的重要性还体现于通过信息把营销者和消费者联系起来，这些信息用来辨别和界定营销机会，改善和估价市场营销方案，监控市场营销组织活动，改进对市场营销活

动的认识，帮助企业营销管理者制订有效的市场营销策略。

好的做法

白叶牌初榨橄榄油本来是北京食用油市场上一个默默无闻的品牌，仅仅历时两个多月，其销量同比就增加了900%，其成长速度之快令人咂舌。它的成功原因，除了运用了恰当的战略战术之外，最重要的因素之一就是前期的调研工作做得细致扎实，从而才能实现“在恰当的地点、恰当的时间，以恰当的价格，使用恰当的促销方式把恰当的商品或服务卖给恰当的人”。

不好的做法

有些企业根本不相信市场调研，营销决定都建立在领导者主观臆断的基础上，没有经过仔细的思考和全面的调查，难免作出错误的决定。

盲人摸象

——营销要有全局观

一个印度的国王命令把所有的盲人召集在一起。等他们到齐了，国王就让他们去摸自己驯养的大象。

这些人来到象房，开始摸起象来。一个人摸到象的腿，另一个人摸到象的尾巴，第三个人摸到的是象的尾巴梢，第四个摸到象的肚皮，第五个摸着象的脊背，第六个摸着象的耳朵，第七个摸着了象牙，而第八个摸到的是象鼻子。

然后，国王把这些盲人叫到跟前，问他们：“我的大象怎么样？”

摸到象腿的人说：“您的象就像一些柱子。”

摸到象尾巴的说：“它就像鞭子一样。”

摸到尾巴梢的说：“它就像一些树枝。”

那个摸到象肚皮的说：“象就和一片平坦的土地一样。”

摸到象脊背的说：“象就好比一座山。”

摸着象耳朵的说：“象就如同妇女的一块头巾。”

摸着象牙的说：“象就好似一只角。”

而那个摸到象鼻子的人说：“象完全和粗绳子一模一样。”

这些盲人开始争论起来，最后吵得一团糟。

分 析

8个盲人每个人都只摸到大象的一部分，自然得出不同的结论，争论难免因此而产生。如果他们把大象的全身都摸一遍，就不会发生无谓的争执了。可见，当我们缺乏全局眼光，只看到事物的一个片断的时候，总是会得出错误的结论。

理论延伸

对于企业的营销经理来说，仅仅从本部门的角度去考虑问题是远远不够的。因为营销是企业运营的核心，它的状况关系整个企业的命运，“牵一发而动全身”，所以营销管理者必须具有全局观，他的想法要和公司的整体战略以及其他部门的工作相衔接。如果只考虑本部门的工作，当营销部门与其他部门发生冲突时，它就很可能只会维护本部门的利益，而不会从公司的全局来分析问题。

好的做法

卡特比勒拖拉机公司的营销部门发现南美的伐木公司需要一种全新的拖拉机，于是向公司提出建议，要求开发这种新的拖拉机以满足顾客的需要。但是开发这种拖拉机成本非常昂贵，而且产品的需求量也不大，产品线上马之后很可能会亏本。于是经过讨论和协商，营销部门放弃了这个计划。

不好的做法

1964年，百事公司创造出软饮料行业中的首个延伸扩展品牌——百事轻怡（Diet Pepsi），使它能同可口可乐公司的特伯（Tab）可乐针锋相对。于是1982年可口可乐推出了健怡可乐，虽然健怡可乐推出之后不久就取得了不错的市场份额，表现抢眼，但是后来经过统计却发现，健怡可乐市场份额的增加主要是抢占了经典可乐和特伯的市场，而且总的来说，可口可乐的市场份额也下降了。

豺狼舔血

——营销近视症

从前，羊群中有对公羊不知为什么打起架来。它俩气冲冲地向后退几步，然后迎面地冲上去，用犄角拼命顶撞。几个回合下来，地上流了不少的血，但它俩斗红了眼，谁也不肯罢休。

一只豺狼走过来，看到这一情景，高兴极了，心想，今天准能吃到山羊肉了！于是，就跑到两只公羊中间，舔地上的鲜血。它想：吃肉之前，先舔点血再说。

就在这时，两只山羊再一次撞到一起，这只豺狼因为急于想舔一点血，没有来得及躲开，就倒在两只公羊的犄角下，一命呜呼了。

为了眼前的一点利益，却拿生命作为代价，这样的人还少吗?

分 析

豺狼实在是太心急了，眼看肥美的山羊肉就要到嘴了，它却在关键时刻忍受不住片刻的嘴馋，去舔那点羊血，结果落得命丧羊角，真是可悲！这就提醒我们，在利益面前要冷静一点，谨慎一点，切不可为了眼前一点小利而牺牲了长远利益。



理论延伸

企业在营销过程中如果过分专注于眼前的小利，不能用开阔的视野去观察问题、分析问题，就很容易患营销近视症。所谓营销近视症是指一个企业因忽视外国竞争者、外国市场和国外的供应来源信息，忽视日新月异不断涌现的新技术、新材料、新设备和新的组织方法，忽视本企业本公司的工资、材料成本与世界其他各国的价格比较信息等，所导致的企业竞争能力和赢利水平下降的一种综合症状。

好的做法

宝洁是一家很有远见的企业，当年它们在推出佳洁士牙膏的时候，率先向全国牙防组织捐款一千多万元人民币，接着和牙防组织进行了一系列合作，包括取得牙防组织的认证，结果在全国迅速打开了销路，获得了“防治龋齿专家”的声誉。

不好的做法

国内有一些企业热衷于通过价格战来夺取市场，而不注意各种营销手段的组合运用。一般而言，在消费者收入水平较低，整个市场处于卖方市场的时代，“产品至上，低价渗透”有市场，但随着人们收入水平的提高和市场范围的急剧扩大，这种方法显然行不通。因此，加强品牌营销、情感营销和营销渠道网络等工作，通过综合运用各种营销手段来夺取市场、巩固市场更具有现实意义，更加符合企业营销的全局。

任公子钓大鱼

——坚持就是胜利

古代有一位任公子，胸怀大志，为人宽厚潇洒。任公子做了一个硕大的钓鱼钩，用很粗很结实的黑绳子把鱼钩系牢，然后用15头阉过的肥牛做鱼饵，挂在鱼钩上去钓鱼。

任公子蹲在高高的会稽山上，他把钓钩甩进阔大的东海里。一天一天过去了，没见什么动静。任公子一点儿也不急躁，一心只等大鱼上钩。一个月过去了，又一个月也过去了，毫无成效。但任公子依然不慌不忙、十分耐心地守候着大鱼上钩。一年过去了，任公子没有钓到一条鱼，可他还是毫不气馁地蹲在会稽山上，任凭风吹雨打。

又过了一段时间，突然有一天，一条大鱼游过来，一口吞下了钓饵。这条大鱼即刻牵着鱼钩一头沉入水底，它咬住大钩只疼得狂蹦乱跳，一会儿钻出水面，一会儿沉入水底，只见海面上掀起了一阵阵巨浪，如同白色山峰，海水摇撼震荡，啸声如排山倒海。大鱼发出的惨叫如鬼哭狼嚎，那巨大的威势让千里之外的人听了都心惊肉跳、惶恐不安。

任公子最后终于征服了这条筋疲力尽的大鱼，他将这条鱼剖开，切成块，然后晒成肉干。任公子把这些肉干分给大家共享，从浙江以东到苍梧以北一带的人，全都品尝过任公子用这条大鱼制作的鱼干。

多少年以后，一些既没本事又爱道听途说、评头论足的人都以惊奇的口气互相传说着这件事情，似乎还大大表示怀疑。因为这些眼光短浅、只会按常规做事的人，只知道拿普通的渔竿，到一些小水沟或河塘去，眼睛盯着鲵鲋一类的小鱼，他们要想象任公子那样钓到大鱼，当然是不可能的。

分 析

任公子志向远大，一心想着钓大鱼，全然不顾钓小鱼的诱惑，一心一意地朝着既定目标努力，经过一年的漫长等待，功夫不负有心人，任公子终于钓到他梦寐以求的大鱼。

目光短浅的人难以和志向高远的人相比，浅陋无知的人也不能和具有经世之才的人相提并论，因为二者的差别实在太大了。

理论延伸

企业要做大做强，就必须像任公子一样，具有长远的眼光和沉下心来做大事的耐心。在营销上，就是要把远大理想和脚踏实地、从小事做起的实干精神结合起来，而且要有坚持不懈的恒心。例如，首先要进行详细的消费者调查，然后按照消费者的需要进行产品和服务的研发，接着就是高质量地生产，然后再通过畅通的渠道销售给消费者。这些工作都需要营销部门一步一步地完成。长远的目标需要长期的耐心。

好的做法

微软进入中国市场已经十几个年头了，微软公司声称过去在中国一直亏损，而且预计今后5年、10年还会继续保持这种状况。但是，微软公司更看重的是自己在中国的长远发展。中国拥有世界上最大的微机市场，微软想在未来的世界继续领先，就必须在中国市场拔得头筹。为了成就大业，微软甘愿忍受十几年的亏损。

不好的做法

有些企业虽然也想做大事，但是在前进过程中只要遇到一点挫折，它们就会开始怀疑、退缩，如果长期看不到成功的希望，它们就更没法坚持自己的道路了。例如人们最初发明汽车的时候，就有许多人进入制造汽车的行列，但是由于刚开始汽车推广很困难，销售量很小，所以很多厂商不久就退出了，但是有一家企业坚信汽车必将成

为大众必不可少的交通工具，并且坚持不懈地改进汽车的设计和性能，宣传汽车的优势，最后成长为美国汽车业巨头，它就是福特汽车公司。

蚂蚁攻城

——人有远虑，未必无近忧

蚁后又产下了很多卵，可是蚁巢的空间有限，变得越来越不够用了。有一只蚂蚁向大家提议说："我们的蚁后又产下了很多卵，我们的生活空间也变得越来越拥挤，要是长期这样下去，不久的将来我们的子孙就会没有地方住了，所以我们应该扩大我们的疆土。我看见邻近的白蚁国这几年都民心涣散，防御能力也大不如前，我觉得我们应该攻打它们，为我们的子孙争取更多的生存空间。"

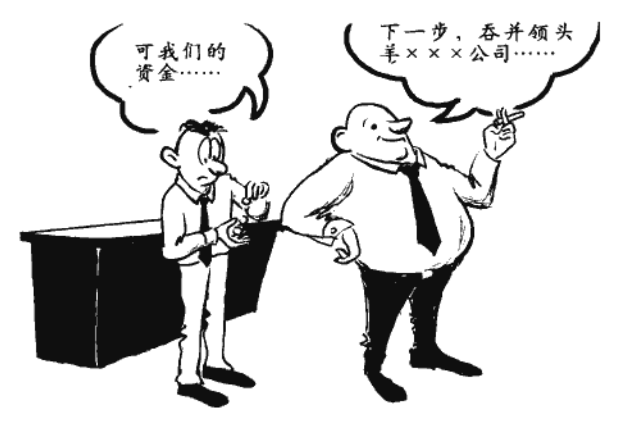
这时候有只老蚂蚁站出来说："你只看到白蚁国民心不合，没有抵抗敌国的能力，可是你却没有见到本国食物储存远远不够的问题。我们很多蚂蚁甚至连温饱问题都不能解决，哪里还有力气打仗啊。这个时候攻打白蚁国完全不符合实际。"

分 析

"人无远虑，必有近忧。"有了远虑就一定无近忧吗？不一定。像寓言中所说的那样，有些人只看到远处的利益，却没有看到近处的忧虑。人们在很多时候也是如此，要么看到近处的忧虑而不能看到远处的利益，要么看到远处的利益而看不到近处的忧虑，但是无论哪种看待事物的方法都是不对的。远虑与近忧不应该有所偏重，而应该在两者中有一个恰当的协调，才能有所收获。

理论延伸

对于企业来说，就是要解决长期的营销战略和近期的营销目标的问题。这两者应该怎么协调，怎么使之成为企业长期繁荣发展的基本方略，决定了企业的命运。没有长期战略的企业就会没有方向感，没有大局观，很可能因为过分满足于现状而渐渐被时代淘汰；没有近期目标，或者不注意解决现在的小问题，只会夸夸其谈，貌似抱有远大理想，其实可能不久就



陷人现实的危机。

好的做法

辉克是一家由归国留学人员创办的种业公司，公司从成立之日起，就非常注意将长期营销战略和具体工作结合起来。公司制订了5年期、10年期的营销规划，同时也有一年、半年、一个月的工作计划，每个月还会把工作内容具体到每个人、每个工作日，这样就把远大理想化为脚踏实地的工作，保证了公司整体朝着目标迈进。经过十多年的发展，辉克已经发展为中国大的种业公司之一，销售业绩名列前茅。

不好的做法

有些企业只会空谈5年规划、10年规划，却没有从小事做起的实干精神，甚至连企业迫在眉睫的问题都视而不见，每天沉浸在对美好未来的想象中。

猎人被吃

——营销要学会“十八般武艺”

动物中，鹿怕貙，貙怕虎，虎又怕罴。罴披头散发，就像人一样站立，气力特别大，又最能伤害人。

楚国南方有个猎人，能用竹管吹出各种野兽的叫声。有一天，他带着弓箭、罐子和灯火到深山里去。起初他模仿鹿叫，用来引诱鹿群；等鹿一到，便举起灯火发箭射它们。

貙听到鹿的叫声，赶快跑了过来。这人非常害怕，就模仿老虎的叫声来恐吓。

貙被吓跑了，却招来一只老虎。这个更害怕了，连忙又模仿罴叫，老虎也吓跑了。

罴听到叫声，就来寻找它的伙伴。

罴跑来了一看，却是一个人，于是就一把抓住他，把他撕成碎片吃掉了。

分 析

下棋至少要看三步，处理事情时，也要多想几种后果。如果只有一种准备，一旦出现新的情况，就没有办法应付了。

这个猎人为了保命，不停地变换方法，但是最后还是被吃掉了。不是因为猎人不够机灵，而是因为他没有预先构想并设计好可供选择的方案，等到紧急情况发生的时候，他总是临时作出决定，但是这种决定往往是不够周全的，解决了暂时的危机却引来了更大的祸患。所以猎人总是处于不停地解决危机、然后又不停地陷入新的危机的处境中，最后黔驴技穷，无计可施，成为罴的食物。

理论延伸

企业在营销过程中也应该“十八般武艺，样样精通”，营销策略要有全面的考虑，要多准备好几种营销方案和营销方式，以便应对变化多端的市场挑战。不然，单单只有一种方案



迎战，很可能在发生新的变化的时候束手无策，或者就算像寓言里的猎人一样，虽然能够暂时性的“灵机一动”，应付眼前危机，但是面对以后的变化就无能为力了。狡兔三窟，企业要有多种多样的方案可供选择。

好的做法

英国电信的营销方式非常多元化，营销体系业实行分层化架构。英国电信在发展电信直销的同时，还采取了渠道分销的方式，并综合发展包括直销、渠道分销和电子商务在内的各种营销方式，恰到好处地满足了市场的多种需要，营销业绩不断上升。

不好的做法

有些企业以一种方法打天下，单凭一种营销方式和营销方案就想在变幻莫测的市场中立足，结果根本跟不上变化的节奏，往往被市场迅速淘汰。

猎人造网

——学习国外

有一天猎人在河边洗澡，看见不远处有个渔夫在撒网捕鱼，而且没过多久就见渔夫捞上来很多鱼，猎人顿时茅塞顿开，心想，我要是造一张这样的网就可以一下子捕到很多猎物了。

猎人回到家，一直都处在兴奋中，没用几天的时间就造了一张大网。他很想试试他的新发明是否能起到作用，于是第二天就背着这张网去山上了。果真像猎人想的那样，大网能捕到很多猎物，可是过一会儿动物就用自己的牙齿咬开网，四散逃走了。猎人到最后一个猎物都没有得到，只有一张被咬得千疮百孔的破网。

分 析

向别人学习当然是对的，但是盲目地不加选择地照搬别人的东西，就会惹出像寓言里那



样用渔网打猎的笑话了。我们在学习别人时，应该有所选择，有所思考，看看别人的方法和自己的实际情况是否能够结合，这样才可以充分吸取别人的经验。

理论延伸

中国企业必须在实践中深入学习，学习基础的理论和方法；学会应用营销理论指导营销实践以及在营销实践中发展和完善理论；学会博采众长，在从我国实际情况出发的基础上，努力吸取外国营销管理理论与经验。对于西方有些不适合中国市场特色的理论和经验，特别是那些过时的东西，我们要坚决摒弃。

好的做法

欧美市场提供了学习的机会和环境，可以让中国企业具备未来参与竞争的能力。譬如海尔，很早就开始在欧洲等地跟外国企业竞争，而不是满足于与中国本土企业竞争。海尔在国际市场上学习到了外国的先进营销理论和经验，学会了如何竞争，也就慢慢开始赢得国际市场。

不好的做法

中国大部分企业国际化的步伐比较慢，主要是因为中国企业家普遍接受的是西方传统的营销观念：西方人买的都是高端产品。但是他们没有意识到，因为经济衰退使欧美消费者的支付能力受到考验，这时候新的价值品牌，就极可能取代他们原来的选择。而这样的品牌，意味着高质量，低价格，在中国生产，在美国营销。

聪明的甘道夫

——考虑一下退出壁垒

两只青蛙是好朋友，一只叫玛雅，另一只叫甘道夫。它们俩住在池塘里，很开心地度过了春天。夏天到来了，池塘渐渐变得干涸了，它们不得不离开那里，四处寻找安身之处。

它们走啊走啊，走了很久，好不容易找到一口很深的井，玛雅觉得好开心啊，它兴奋地大叫起来，不假思索地对甘道夫说：“喂，朋友，这里井水多好啊！让我们一起到这井里去

住吧。”甘道夫回答说：“这里的水如果也干了，我们又怎么爬上来呢？”

于是它们俩只是跳到井里洗了个澡，然后又爬上来，接着找住处。

这就是说，凡事要三思而后行，切不可轻率从事。

分 析

我们真的不得不佩服甘道夫的智慧和远见，它竟然能想到井水干涸之后的问题，真是厉害！玛雅的想法则比较短浅，它看到了暂时满满的井水，就马上决定要在这里定居，却没有想到，进去的时候容易，等将来井水变少甚至枯竭了，它们就没有办法跳出来了（因为那是一口很深的井啊），它能跟甘道夫这样一位朋友在一起，真是幸运！

理论延伸

企业投资也是这样，企业该向什么领域发展，并不完全取决于现在的利润状况，要考虑到将来的退出壁垒时的状况。如果一个领域市场壁垒很低，利润回报也相当可观，企业是不是就应该马上向这个领域投资呢？并不一定。如果盲目投资，就跟玛雅没有区别了——看到现时井水很多就想跳进去安居。

这时候，企业应该更多考虑一下退出壁垒的高低，如果退出壁垒很高，那就不能盲目进入这个领域了。因为虽然企业很可能在一段时间内能够获取利润，但是等将来市场竞争更激烈、市场平均利润回报率下降，或者市场萎缩的时候，企业就很难从市场上退出（因为高的退出壁垒），那么企业先期的投资就会很难收回，这必将给企业造成损失。

好的做法

许多产业联系密切的企业以及相关支撑机构在空间上集聚，形成企业群，就能有效地降低退出壁垒，并形成保有整个企业群强劲、持续竞争优势的现象。因为同一产业中部分企业退出，养老、失业保险等社会制约因素反应不会太强烈，加上群内为生产性服务的金融与咨询等服务业较为配套，市场发育相对健全，企业可以通过产权交易或企业并购的形式退出产业。这使集群能够完善优胜劣汰的竞争机制，具有“累积因果”的加强过程。

不好的做法

在互联网热的时候，中国许多企业纷纷投巨资进入这个领域，在发现利润回报并不理想的时候，很多互联网企业已经很难正常退出了，因为那时候互联网企业很多，转手卖出的价格很低，投资者将得不偿失。

南海人赠蛇

——营销要注重本土化

南海中有一个岛，岛上的人以打渔为生。岛民们对付蛇很有办法，因此遇到蛇并不惊慌

失措。一次，一个岛民打死了蛇以后，觉得扔掉可惜，便把蛇肉烹调了来吃，这一吃，发现蛇肉鲜美嫩滑，特别可口，于是告诉了岛上所有的人。此后，蛇肉成了岛民们普遍喜爱的美味佳肴。

有一次，一个从没有出过远门的南海人带着家人到遥远的北方去旅游。他们一家人都爱吃蛇肉，怕到了别处吃不到这样的美味了，就带了不少腊制的蛇肉当干粮。

这个南海人带着家人走了很远很远，来到了齐国。他找了一家还算整洁的旅店安顿了下来。齐国人都十分好客，主人见他们从很远的南方来，就热情地招待他们。每天做好饭好菜给他们吃，并给他们铺床、清扫房间、洗衣服，把这个南海人一家照顾得十分周到，房钱也收得很便宜，还常常主动向他们介绍齐国的风土人情。

南海人受到这样的款待，心里很是高兴，同时也挺感动，于是便跟家里人商量着要送些什么礼物给主人，以表达感激之情。想来想去，他觉得蛇肉最合适，北方没有这类佳肴，主人一定会喜欢的。

打定了主意，他便在带来的腊蛇肉里挑开了，最后选中了一条长满花纹的大蛇。他高兴地拿着蛇去见主人，想象着主人开心的样子。

齐国在北方，很少有蛇。齐国人一见到蛇，吓得逃命都来不及，更别提去吃了。所以这家主人见到南海人送来的大花蛇，害怕得脸色都变了，吐着舌头转身就跑。南海人大惑不解：主人这是怎么了？他想了好一会儿，对了，一定是主人嫌礼物轻了。他赶紧叫过仆人，叫他再去挑一条最大的腊蛇来送给主人。

分 析

这个南海人遇事不去了解情况，也不加以调查，就胡乱依自己的猜想来做事情，结果闹出了一个笑话。到了一个地方，我们就应该先了解这个地方的风俗习惯，所谓入乡随俗，而后按照这个地方的风俗习惯与人交往。齐国人害怕蛇，南海人浑然不觉，仍然以自己的好恶为转移，把蛇作为礼物送给他，结果自然会招致别人的反感。

理论延伸

现在，许多跨国公司为了进入全球各地的市场，在保持国际化的同时努力实现本土化，这就是“全球战略，本地执行”。

跨国公司的入乡随俗实际上是一种趋于本土化的营销战略。应该说，跨国公司都有具备显著特色的产品或服务作支撑，而这些特色最初形成和以后的逐渐成熟，绝对体现了母土特色。它们在外国的分支机构应该而且必须保持这种特色，但又不能完全不变地“克隆”，必须根据分支机构所在国的地理、人文状况作适当的调整，否则，很难在当地立足和发展。这是因为，分支机构面对的消费者有别于母国的消费者。虽说市场一体化的趋势不可阻挡，然而消费口味、消费习惯等在相当长时期内不可能实现趋同。采取趋于本土化的营销战略确是一种明智的经营思路。趋于本土化并不是完全意义上的本土化，完全的本土化也就矫枉过正了。

好的做法

随着中国民族饮料品牌的蓬勃发展，世界第一软饮料品牌可口可乐为了获得更多的市场份额，正在大踏步地实施中国本土化。可口可乐的市场营销策略在1999年发

生了显著的变化。第二年可口可乐在中国推出的电视广告，第一次选择在中国拍摄，第一次请中国广告公司设计，第一次邀请中国演员拍广告，而且展现了纯粹的中国特色，放弃了多年来一贯坚持的美国身份。

不好的做法

并不是说本土化就是好的，这要和已有品牌形象、产品还有社会观念联系起来。例如在儿童保健和饮用水方面做得非常成功的娃哈哈推出了非常可乐，而且主打广告词是“中国人自己的可乐”，看似非常的中国化，但是将一种并非源自中国的洋饮料与中国人的民族自尊心联系在一起使人感到很牵强，而且目标市场涵盖策略也不是十分明智。面对激烈的市场竞争，可口可乐尚且在缩小自己的目标顾客覆盖面，而非常可乐却想把所有的中国人“一网打尽”，殊不知实现这个“宏伟”目标并非易事。

吃鸡的猫

——维护大利益，容忍小弊端

从前，赵国有个人家里老鼠多得成灾，他就到中山国去买猫，中山国的人给了他一只猫。这只猫不仅善于捕捉老鼠，也善于吃鸡。一个多月后，他家的老鼠被捉干净了，鸡也被吃了个精光。

他的儿子觉得这是个问题，就对父亲说：“为什么不把这只馋猫赶走呢？”

他说：“这就是你不懂了。我们的祸患是老鼠，而不在于有没有鸡。假如家里有老鼠，它们就会偷吃我们的粮食，毁坏我们的衣物，打穿我们的墙壁，损坏我们的家具，我们就要忍饥受冻了。这不是比没有鸡更有害吗？没有鸡，我们不吃鸡就是了，离饥饿和寒冷还远着呢！我们为什么要把猫赶走呢？”

分 析

猫能吃老鼠，能保护家里的很多东西，同时猫还会吃鸡，给家里带来损失。这真符合老子的观点，祸福相生，有利必有弊，没有完全的好，也不会有完全的不好。那么面对这种情况该怎么办呢？因为它的弊端而赶走它吗？不，我们不能因为猫的弊端而看不到它的优点，在这里，我们要权衡利弊，如果它捉老鼠带来的利益大于吃鸡造成的损失，那就应该留下它。有时为了维护大的利益，就要容忍小的弊端。

理论延伸

有些营销措施就像寓言里的这只猫一样，既有利又有弊，既会给企业带来巨大的机会和利润，同时也可能蕴含着巨大的风险和损失，甚至在短期内对企业来说只有亏损。事情往往是这样的，高利润总是伴随着高风险。这时候企业应该怎么决策呢？因为风险太高并且短期没有利润而放弃，还是因为获利的可能性而付诸实施？这就需要企业去仔细权衡利弊得失：从总体上来说，这项措施符合市场需要吗？短期的损失能够在将来得到更大的回报吗？如果是，那企业应该毫不犹豫地做下去。

好的做法

现在，《今日美国》是美国最广受谈论、引用、模仿且发行量最大的报纸。但是它在1982年创刊的时候，媒体送给它一个嘲弄性的称呼——“麦当劳报纸”，甚至被誉为“当代美国最聪明、最精明的理财人”的巴菲特也把《今日美国》的创意看作是一个可笑而自大的梦呓，从而无情地给予嘲弄。而且从创刊起一直到1993年的11年，《今日美国》一直亏损。在这种情况下，老板艾伦·纽哈斯没有退缩，他富有远见地看到损失只是暂时的，报纸在将来肯定会有巨大回报。到1993年，《今日美国》终于实现收支平衡，并且有微利。到今天，它已经成为美国报业的一个传奇。

不好的做法

有一家著名糖果厂发现有些老年人也喜欢吃糖果，一是因为老年人嘴里比较苦，二是因为他们想去除口气，但是由于害怕吃糖对牙齿不好，又不敢吃。于是这家糖果厂开始计划生产不伤害牙齿的木糖醇糖果，但是后来又担心新的糖果品种将争夺已有糖果品种的市场，所以放弃了这一计划，结果错过了大好机会。等其他厂商发现这一市场机会并大举进入时，已悔之晚矣。

猴子的教训

——小心模仿让企业走向衰亡

看见过猴子的，谁都知道它们善于模仿。在阿非利加洲，有许许多多的猴子。有一天，一大群猴子坐在叶子浓密的树枝上，偷偷地瞅着地上的猎人。猎人在草丛里不断地打滚，猴子们暗暗地你推我，我推你，窃窃私语。

“这个人的玩法儿可真不少，简直没完没了！你瞧他呀，一会儿鹞子翻身，一会儿又滚又爬，一会儿跌跌撞撞，一会儿又缩成一团……我们学东西够灵巧的，这挺好的新鲜玩艺儿，干吗不试一试？来吧，亲爱的姐妹们，我们来模仿一下。猎人大概玩得过瘾了，恐怕要走了。他一走，我们就开始模仿。”

过一会儿，猎人果然走了，他留下了罗网。

“嗨，快来吧！”猴子们嚷道，“别错过机会了，看谁模仿得最像！”

美丽的猴子姑娘们从树上跳下来，一个筋斗翻进猎人的罗网，又跳又闹，相拥相抱，叽叽喳喳，嘻嘻哈哈，玩得真开心！

当猴子们玩累了想到要出去时，这场欢喜也就到头了。猎人拿着袋子走出来，把它们一个一个装进袋子里。猴子们想找到逃走的办法，可是被罗网裹得紧紧的，谁也没办法逃走。结果，全部被逮进了袋子，一个也没有漏网。

分析

众人皆知，猴子最善于模仿，这次猴子模仿得也很像，但是就是因为模仿而送了性命。可见，模仿别人，必须头脑清醒；没头没脑的模仿，定会铸成大错！

其实，企业也是这样，模仿领先企业并没有错，但是一定要记住，模仿是有很大风险的，如果只学习到领先企业的形式，而没有抓住其成功的实质，“画虎不成反类犬”，企业的下场很可能就跟寓言里的猴子一样。

理论延伸

其实，聪明的“模仿”不是传统意义上所理解的抄袭，而是一种“重建新规则”的行为。在“模仿”中重建新规则，要求领导人必须瞄准建立真正全新、具有颠覆性的产品结构，形成差异化的产品竞争力。但并非每个重建新规则战略都能获得成功，事实上，这种战略的失败率相当高，只有经过仔细的分析，以及对未来市场高瞻远瞩的把握，重建新规则的战略才能成功。诸多惨烈的案例也表明，“模仿战略”并不轻松，而必须“从骨子里学”。所以说，模仿比创新更难。

好的做法

中国有一些实行模仿战略的企业做得不错：TCL集团董事长兼总裁李东生曾从三星电子的全球化战略中汲取信心；联想模仿戴尔的销售模式；以夏新为代表的一批电子企业，更是步伐坚定地模仿亚洲“双S”（索尼和三星）；当当模仿亚马逊。

不好的做法

“模仿战略”实行得不好，则会给公司带来死亡。比如，中国餐饮业模仿麦当劳、肯德基模式就是兵败如山倒。20世纪90年代中期，是中国餐饮企业研究和模仿肯德基、麦当劳的第一个时期，这一阶段模仿肯德基、麦当劳的企业非常多，也有不少企业取得短暂的辉煌，但最终的结果却都以失败告终，比如“红高粱”和“荣华鸡”。

蚯蚓和蟒蛇

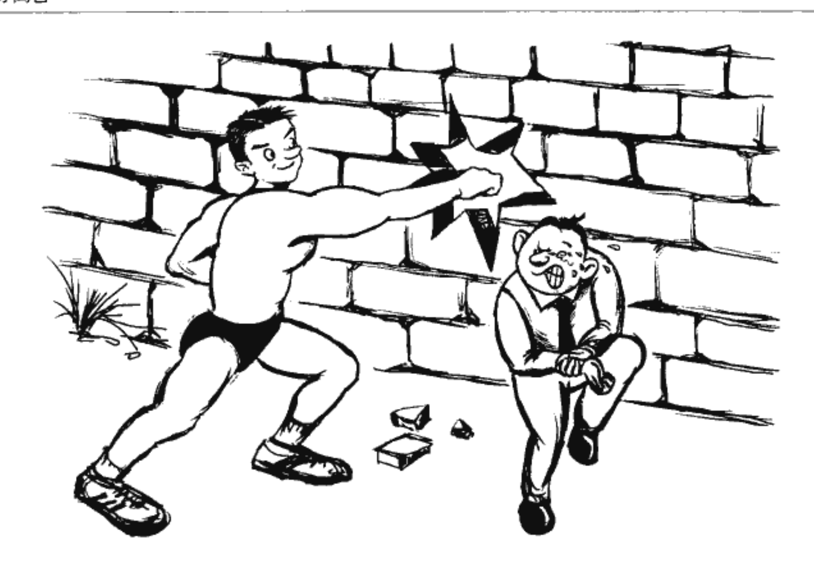
——模仿出自己的特色

雨后的春天，空气特别清新，泥土也很湿润，一条蚯蚓兴高采烈地从洞穴里爬出来，在路上慢吞吞地挪动着。

走着走着，它看到路旁有一条长长的蟒蛇正在睡觉。这是蚯蚓见过的最最漂亮的蟒蛇了，这条蟒蛇有修长的身段，好看的花纹，还有细细的腰身，蚯蚓啧啧称赞、羡慕不已，他心想，自己若有那样漂亮的身材该多好啊。

怎么才能把自己变得像蟒蛇那么好看呢？蚯蚓陷入了冥思苦想，想了好久，蚯蚓终于想到了一个好办法：把自己拉长。于是蚯蚓满心欢喜地爬到蟒蛇旁边，将自己的一头缠在一根树枝上，另一头使劲地用力将自己拉长，它太急切地想拥有好身材了，不料用力过大，一下子就把自己的身体弄断了。

这故事是说自不量力，不根据实际情况，盲目去模仿强者，对自己没有好处。



分 析

“爱美之心，人皆有之”，蚯蚓羡慕蟒蛇的身段，希望自己也能像蟒蛇那么好看，这本来是一件很正常的事情。但是蚯蚓采取的办法却是把自己拉长，而且竟然由于变美心切，不小心把自己拉断了，这就显得很不正常甚至很可笑了。

首先，蟒蛇的所谓修长身材、细密花纹并不一定就是“美”，就算蚯蚓认为真的很美，这也只是蚯蚓的一家之言、一孔之见；其次，蟒蛇的美并不一定适合蚯蚓，事实证明，蚯蚓根本没法把自己拉长到蟒蛇的“修长”。蚯蚓应该根据自己的实际情况，寻求适合自己的美，应该在改变中形成自己的特色，而不是一味地模仿蟒蛇，这样就算最后成功，也不一定就是美。

理论延伸

强者的成功自有其独到之处，他们的经验是弱者应该好好吸取的。模仿强者也许能在短期内求得生存，但是却很难成就大业，因为你不可能在强者擅长的领域比强者做得更好（追随者的经验和实力明显都处于下风）。就算模仿，也要根据本企业的现状，借用领导者的模式，做出自己的特点来。盲目的模仿，第一是很可能不适合自己，加速死亡；第二是没有特色，很难吸引顾客。

好的做法

面对强大的领导者，如果采取模仿战略，一定要模仿其优秀的形式和方法，学习到领导者的成功经验。日本企业如松下、夏普、丰田等就非常善于模仿，它们早年都是靠模仿欧美的先进企业的营销模式起家，但是它们在模仿中能够慢慢形成自己的特色。

不好的做法

我们现在要学习外国先进的方法，但是中国有些企业总是只能模仿到别人的“形”，没有学习到“神”，也就是说具备了结构和外壳，但实际操作却远远跟不上。

猴子和骆驼

——追随者应重新定位

在动物们的集会上，猴子登台跳舞，深受欢迎，赢得大家的称赞，个个为之喝彩。骆驼十分嫉妒猴子，它也想获得大家的喝彩。于是，它站了起来，自鸣得意地显示自己的舞技，结果，它那怪模怪样的舞姿洋相百出，使动物们大为扫兴。动物们用棍棒打它，把它赶跑了。

可见，那些不顾自身条件盲目模仿他人的人是非常可笑的。

分 析

模仿并没有错，但是盲目模仿就不对了。把别人优秀的方法吸收过来为我所用，这是人类能够不断前进的原因之一。但是，模仿一定要结合自身的条件进行，不能完全以自己的主观意愿为转移，不能生搬硬套，否则，很容易产生失败的模仿。

猴子跳舞好看，那是因为它反应敏捷、身材苗条，跳舞很适合它。骆驼就不一样了，骆驼反应迟钝、身材笨重，它去跳舞肯定不好看。根据自身条件，骆驼应该去表演健美，并且学习猴子成功的方法，如怎么刻苦练习，怎么放开表演等，而不是表演自己没有优势的跳舞。

就像中国搞改革开放一样，我们要引进西方先进的经济运作体制，但绝不能盲目照抄，要结合中国国情，建设有中国特色的社会主义市场经济。

理论延伸

对企业来说也是一样，特别是对追随者企业来说，领导企业的经验和经营方法肯定会成为它们学习的对象，但是应该注意模仿的规则：适合自己的才是最好的。尤其是模仿领导者的市场定位时，更要小心又小心，因为领导者已经占据了市场先机，在同一细分市场与之竞争，风险非常大。

这时候，追随者企业的一个明智选择就是对已有市场进行重新定位：把市场看作完全没有任何定位的初生市场，完全忽视已有的市场定位和条条框框，根据自身的特点，把市场重新分割成几个部分，并且使自己在市场中（起码在概念上）占据一个有利的地位。这样做的最大好处是把对自己不利的已有规则完全打乱，对消费者宣传全新的市场细分概念，从而在消费者头脑中占据一席之地。

好的做法

对市场重新定位的最著名案例是七喜的“非可乐”定位。七喜汽水是一种柠檬与莱姆合成的碳酸饮料。当时新兴的七喜汽水公司深知无法与强大的可乐抗衡，如果挤在可乐的道上将永无出头之日。于是结合自身特点，以“七喜：非可乐”定位，把自己与饮料业领导者区分开来。七喜汽水的系列广告，强调其“非可乐”的定位，试图向消费者传达这样的信息：碳酸饮料有两种类型，一种是“可乐”，另一种是“非可乐”。当你喝腻可乐或不愿喝可乐时，“非可乐”七喜汽水是你的另一种选择。

不好的做法

1998年下半年，美国RJB公司的帕米亚无烟香烟在美国亚特兰大、圣路易斯、费尼克斯等城市试销。但是销售量不理想，再购率很低。帕米亚无烟香烟是对烟草市场重新定位的结果，它把自己定位为“洁净者之烟”。它的一端有一个碳头和几个有趣的圆珠，香烟中的尼古丁来源于此，尼古丁被耐燃的铝箔纸包裹。这种箔箔纸很难点燃，一般要点三四次，原因是它不像一般香烟那样燃烧，并且不产生烟灰，吸过与没吸过无明显区别，价格比普通香烟价格高25%。由于对市场的理解不够，虽然重新定位后很有特色，但是该烟最终在市场上遭到失败。

人云亦云的八哥

——独特的定位有助于企业成功

一群喜鹊在树上筑了巢，在里面养育了喜鹊宝宝。它们天天寻找食物、抚育宝宝，过着辛勤的生活。在离它们不远的地方，住着好多八哥。这些八哥平时总爱学喜鹊说话，没事就爱乱起哄。

喜鹊的巢建在树顶上的树枝间，靠树枝托着。风一吹，树摇晃起来，巢便跟着一起摇来摆去。每当起风的时候，喜鹊总是一边护着自己的小宝宝，一边担心地想：风啊，可别再刮了吧，不然把巢吹到了地上，摔着了宝宝可怎么办啊，我们也就无家可归了呀。八哥们则不在树上做窝，它们生活在山洞里，一点都不怕风。

有一次，一只老虎从灌木丛中窜出来觅食。它瞪大一双眼睛，高声吼叫起来，直吼得山摇地动、风起云涌、草木震颤。

喜鹊的巢被老虎这么一吼，又随着树剧烈地摇动起来。喜鹊们害怕极了，却又想不出办法，就只好聚集在一起，站在树上大声嚷叫：“不得了了，不得了了，老虎来了，这可怎么办哪！不好了，不好了……”附近的八哥听到喜鹊们叫得热闹，不禁又想学了，它们从山洞里钻出来，不管三七二十一也扯开嗓子乱叫：“不好了，不好了！老虎来了……”

这时候，一只寒鸦经过，听到一片吵闹之声，就过来看个究竟。它好奇地问喜鹊说：“老虎是在地上行走的动物，你们却在天上飞，它能把你们怎么样呢，你们为什么要这么大



声嚷叫？”喜鹊回答：“老虎的大声吼叫引起了风，我们怕风会把我们的巢吹掉了。”寒鸦又回头去问八哥，八哥“我们、我们……”了几声，无以作答。寒鸦笑了，说道：“喜鹊因为在树上筑巢，所以害怕风吹，畏惧老虎。可是你们住在山洞里，跟老虎完全井水不犯河水，一点利害关系也没有，为什么也要跟着乱叫呢？”

分 析

八哥一点主见也没有，只懂随波逐流、人云亦云，也不管对不对，以至于闹出了笑话。我们做人也是一样，一定要独立思考，自己拿主意，不盲目附和人家。不然，就会像人云亦云的八哥一样可悲又可笑了。

理论延伸

其实做企业也是这样。企业成功与否，除了产品、服务之类的因素，还有很重要的一条就是有一个独到的定位，能够在消费者脑海中把自己的企业和其他企业区别开来。否则，众多企业千人一面，随着产品同质化程度越来越高，所有企业都开始重视广告宣传，消费者真的很难区分一个企业跟另一个企业之间有什么不同。而有独特定位的企业，则可以在众多同类型产品中脱颖而出，赢得消费者的注意和喜爱。

好的做法

美国西南航空公司成立的时候，美国航空市场竞争已经非常激烈了。为了与竞争对手形成差别，它的定位是为那些繁忙的商人提供城际交通，而且走的思路异乎寻常：重新定义飞机，不将飞机当作一个豪华的旅行航空器，仅是看作一个跟乘汽车一样的简单交通工具。结果西南航空在同行业中脱颖而出，很快就成长为美国最有活力的航空公司。

不好的做法

最近几年一直在上海推广的双金爱生，直到现在仍然惨淡经营，始终无法突破昂立一号和盐水瓶对它的狙击。原因很大程度上是因为双金爱生一直没有找到独特的定位。双金爱生的“绿化体内环境”只不过是昂立一号“清除体内垃圾”的盗版。

画蛇添足

——营销不是给消费者一个完美的产品

楚国有个人搞祭祀活动。祭祀完了以后，取出一壶酒来赏给门人们喝。

门人们见只有一壶酒，就互相约定说：“这壶酒几个人一起喝，肯定不够喝；如果一个人喝，才会有点剩余。我们可以一起在地上画蛇，谁先把蛇画好，这壶酒就归谁喝。”

于是，大家找来树枝和瓦片，飞快地在地上画了起来。

有个人先画好了蛇，端起酒来正准备喝，发现别人都还没有画好，就一手端着酒壶，一

手又接着画，并且一边画一边得意洋洋地说："我还可以给蛇添上几只脚呢！"

还没等他把蛇的脚画好，另一个人已把蛇画好了，他夺过酒壶说："蛇本来没有脚，你怎么能给它画上脚呢？"

说罢，他仰起脖子，咕嘟咕嘟地把酒喝光了。那个给蛇添脚的人愣愣地站在旁边，眼巴巴地看着失去了一次喝酒的机会。

分 析

蛇本来没有脚，这个最先画好蛇的人却去给它添上脚，真是多此一举。到最后不仅没有喝到酒，还被后人耻笑。人的时间和精力有限，不应该浪费在没有意义的事情上，这样反而会失去宝贵的机会。

理论延伸

企业在营销中会遇到一个陷阱，这就是"完美产品"陷阱。企业可能会认为只要制造出"完美"的产品，肯定会有许多消费者购买；而消费者调查、访谈也会支持这种观点。但事实上怎么样呢？首先不可能存在各方面都完美的产品，就算有这样的产品，消费者也未必喜欢，就算喜欢，也未必有能力支付"完美"导致的高价格。

其实，消费者购买某一产品并不因为它很完美，而是因为它的某一方面吸引了消费者，能够满足消费者某一方面的需要。所以企业在制造产品的时候，并不要全力去追求完美，而把精力放在怎么发掘出产品的特点，怎么迎合消费者对产品的最大需求就可以了。追求完美只会导致失败。

好的做法

微软当初只是一家经营软件的小公司，它的优势在于软件编程，而IBM是当时计算机领域的超级领袖，它的优势在于计算机硬件。微软挑战IBM，不是在硬件领域跟它硬拼，而是发挥自己的优势，把力量集中在最关键的地方，攻击对手的短处，最后取得现在的成就。

不好的做法

国内有一家方便面企业，本来产品卖得挺好，后来接受别人的建议，努力把方便面做成营养丰富的食品。方便面本来只是为了吃得方便，大家都知道它没什么营养，也没人对它营养方面有什么要求。这家企业却"画蛇添足"，新产品试行一段时间后效果很差，结果只好回到起先的定位。

买椟还珠

——重视产品包装

一个楚国人，他有一颗漂亮的珍珠，他打算把这颗珍珠卖出去。为了卖个好价钱，他便

动脑筋要将珍珠好好包装一下，他觉得有了高贵的包装，那么珍珠的“身价”就自然会高贵起来。

这个楚国人找来名贵的楠木，又请来手艺高超的匠人，为珍珠做了一个盒子，用桂椒香料把盒子熏得香气扑鼻。然后，在盒子的外面精雕细刻了许多好看的花纹，还镶上漂亮的金属花边，看上去，闪闪发亮，实在是一件精致美观的工艺品。这样，楚人将珍珠小心翼翼地放进盒子里，拿到市场上去卖。

到市场上不久，很多人都围上来欣赏楚人的盒子。一个郑国人将盒子拿在手里看了半天，爱不释手，终于出高价将楚人的盒子买了下来。郑人交过钱后，便拿着盒子往回走。可是没走几步他又回来了。楚人以为郑人后悔了要退货，没等楚人想清楚，郑人已走到楚人跟前。只见郑人将盒子里的珍珠取出来交给楚人说：“先生，您将一颗珍珠不小心放在盒子里了，我特意回来还珠子的。”于是郑人将珍珠交给了楚人。

楚人拿着被退回的珍珠，十分尴尬地站在那里。他原本以为别人会欣赏他的珍珠，可是没想到精美的包装超过了包装在盒内的珍珠的价值，以致“喧宾夺主”，真是令人哭笑不得。

分 析

这个寓言本意是讥讽郑人只重外表而不顾实质，并且还做出舍本逐末的不当取舍——买下装珠宝的盒子，却将贵重的珠宝退还给楚人；同时，对楚人的“过分包装”也提出批评。但是在重视包装的今天，我们更应该从中看到包装的价值和意义。

杜邦公司的营销人员经过周密的市场调查后，发现了著名的杜邦定律。即63%消费者是根据商品的包装和装潢来决定是否购买这件商品的；到超级市场购物的家庭主妇，由于精美的包装和装潢的吸引，所购物品通常超过她们出门时打算购买数量的45%。

理论延伸

包装是产品的脸面，在这个信息泛滥、产品高度同质化的年代，三流的包装内就算有一流的产品，也只能卖三流的价格，甚至根本无法引起购买者的注意。再多的功能、再好的特性都可能因为“灰头土脸”的包装而被人拒绝，所有的市场机会都可能因此而丢失。

包装是“无声的推销员”，在琳琅满目的货架上，优秀的包装能在第一时间吸引人的目光，并清楚地告诉消费者该产品与众不同的性能与特色，让消费者过目不忘；优秀的包装还



能传递独特的品牌价值，让消费者领略到不同企业不同的行为风格。

好的做法

有些企业非常重视产品包装。例如畅销全世界的可口可乐，除了文字有所不同，在各地的产品包装的颜色、图案都大抵一致，都是红白相间的醒目标志和花纹；而那些昂贵的化妆品则更是重视包装，精美的、独具匠心的包装能够大大提升化妆品的品位和价值，这早已是行业内的通用做法。

不好的做法

当然，也有一些企业利用包装坑害消费者，例如把包装弄得很漂亮，并标出高价，但是里面产品的质量却很差；有一些超市和大卖场在出售农副产品的时候，还利用包装短斤少两，有的超市销售的大米，原标识注明为10千克，实际毛重为10.035千克，而包装就有40克。

被戏耍的老猫

——处理衰退期的产品不能懈怠

邻居家有只猫，年轻的时候身强力壮，眼疾手快，捕鼠的本领特别强，给邻居家抓了不少老鼠。现在猫老了，年老眼花，就不像以前那样能干了，有时候竟会让老鼠从眼皮底下溜走。老鼠们都不怎么怕它了。

这天，有只小老鼠蹿到老猫面前，看它没什么动静就爬到猫身上玩溜滑梯，玩够了又玩猫爪子，扯它的胡须，末了看老猫没什么反应还用力拔了一根。老猫疼痒难忍，气愤不已，用爪子乱抓，可就是抓不到小老鼠。最后小老鼠玩累了，就翘着尾巴慢悠悠地回洞里去了。

分 析

万事万物都有衰老的时候，就像寓言中的猫，到老了，只能任由老鼠侮辱而自己却是一点办法都没有。如果不采取措施，今天被这只老鼠欺负，明天又会被另外一只老鼠欺负，到最后就会被所有的老鼠欺负，猫的命运就可想而知了，一天比一天惨。

理论延伸

正如动物有生命周期一样，产品也有生命周期。猫到了生命的晚期会遭到老鼠的报复和欺负，产品到了生命周期的衰退期该怎么办呢？

到了衰退期，大部分产品形式和品牌的销售量最终都会下降。有些产品的销售量会缓慢衰退，例如燕麦片；有些产品的销售量会急剧下跌，例如唱片。经营一种处于衰退期的产品对企业来说代价很大，而且并不仅仅在利润方面，还包括许多隐藏成本。因此，企业需要对衰退中的产品给予更多关注，找到处于衰退期的产品，然后决定是维持原状、收获短期利润还是放弃。

反正，企业不能对衰退期的产品坐视不管，否则，将给企业造成不小的损失。

好的做法

好的企业会对陷入衰退期的产品采取必要的措施。宝洁的产品非常多，宝洁不相信产品有衰退期，它们采取的办法是不停地对产品进行革新和改进，使产品更新代换，而且不停发现产品新的使用价值，使产品保持活力和吸引力。通用电气则非常果断地处理衰退产品，大部分衰退产品线都以很低的价格出售，有些产品则采取减少成本的方式来节约开支。

不好的做法

有的企业对衰退产品不闻不问，以为这样可以减轻企业的负担，集中注意力投入新产品的开发中去。殊不知这样延迟了对替代产品的调研，制造了不平衡的产品组合，降低了现有的利润，反而削弱了企业未来的立足之本。

取名不当

——产品需要一个响亮的名字

从前，在乡下，大人给小孩取名字时一般给男孩起名“大黑”、“二黑”、“冬苟”等，给女孩一般起名为“春花”、“春桃”、“腊梅”等。这样，往往有许多名字相同，这种情况不少见。

乡间有一位做父亲的，要给他的两个儿子起名字，又想不与别人的名字相同，叫什么呢？想来想去，给他的大儿子起了个名字叫“盗”，给他的小儿子起名叫“殴”（打人的意思）。

光阴似箭，日月如梭，两个儿子长大了，都长成“小后生”了。真是人生祸福难料。是福不是祸，是祸躲不过。

有一天，大儿子“盗”要到外地去办事，人已经走出了家门，走到大路上了。老大爷忽然想起了一件事要嘱咐大儿子一声，要把他喊回来，就在后边一面追赶着，一面大声喊：“盗！盗！”

事也凑巧，恰巧本地官吏巡查，从这大道经过，突然听到有人在大声喊叫“盗！盗”，官吏轻轻拉起轿帘朝叫喊的方向一看：只见一年轻后生在前面急急忙忙地走着，后面有个老大爷向这后生边追赶边大声叫：“盗！盗！”

这还了得！太平世界，光天化日之下竟有人还敢行盗窃之事，竟然还是个身强力壮的后生偷盗老头的财物，简直是太不像话了！于是官吏拉开半边轿门的帘子对身边的护兵下令：“你们快上去把那个正匆匆走着的后生给我抓起来！他是强盗。”

官吏听到老大爷叫喊“盗”，以为老大爷追赶的是强盗，就把“盗”抓住捆了起来。老大爷看到自己的大儿子被官吏误认为是强盗抓住并捆了起来，就想叫二儿子“殴”去向官吏说明实际情况，由于看到情况紧急，心里又着急，一时说不出别的话来，只是一个劲地喊：“殴！殴！”

官吏抓住了老大爷的大儿子“盗”后，不容“盗”分说，让士兵用粗麻绳将“盗”绑得紧紧的，然后再带回府衙审问定罪。正准备起轿，又忽地听到老大爷急切地呼喊“殴！殴”，捆押“盗”的兵士都以为老大爷是示意要打这个年轻的“强盗”，于是乎拳头、木棒雨点般地朝“盗”头上、身上打下来了，要不是老大爷和他的二儿子及时跑到跟前把情况说明，“盗”差一点就被打死了。

分 析

老大爷随便给两个儿子取了极易让人误解的名字，结果招来了那么多麻烦。名字是一个人的称呼，人的一生都要用到它，切不可胡乱取一个应付。

理论延伸

看来名字真是太重要了，对企业的产品来说更是如此。为产品取名实际上是选择适当的词或文字来代表商品。对消费者而言，品牌名称是引起其心理活动的刺激信号，它的基本心理功能是帮助消费者识别和记忆商品。品牌名称的好坏给消费者的视觉刺激感受程度和心理上引起的联想差别很大，从而对生产企业的认知感也不同。

在日常消费中，那些有名的商品常常为人们所熟知所追求，有时竟有些迷信的成分。虽然对某种牌子的印象从根本上讲取决于产品质量，然而品牌名称的宣传效果不能忽视。当商品进入市场，人们要认识它、记忆它，首先要记住的是它的名字。因而我们可以这么说：品牌名称是品牌形象设计的主题和灵魂。

好的做法

美孚石油公司商品名称的确立，花费了40万美元，调查了55个国家的语言，编写了一万多个用罗马字组成的商标后才定了下来。他们之所以肯花大本钱用在商品的命名上，就是因为他们深深认识到：一个商品的名称，代表着一定的商品质量与特征，是企业经营信誉的象征和标志。

不好的做法

有些企业不重视产品的命名，随便给商品取一个名字，这是很不负责任的态度。如有一家内衣厂商给产品命名为“玫瑰”，就很不正确，因为玫瑰带刺，穿上这种牌子的内衣，会使人产生一种如芒在背的联想。

兔子和兔农

——因为爱才要对产品要求更严格

野兔在山里打了个洞安家,生下了小兔子,等到小兔长到5个月的时候,兔妈妈就把小兔赶出了家门,让它一个人独立生活去了。

有一天小兔受伤了，躺在路旁，被兔农捡到了。兔农看到那么瘦弱的小兔在那边呻吟，

叹息说："小兔崽子，像你这么小应该在妈妈的怀抱里撒娇的，怎么会伤成这样还被丢在路旁呢？这样的妈妈也太狠心了吧？"

兔妈妈刚好从这边经过，听到了兔农的话，忙回答说："小兔要长大，迟早都要一个人生活的，不能什么事情都靠别人，经历这些苦难是必然的。而您的孩子是衣来伸手，饭来张口，孩子在外面犯错了您也不予教导，反倒觉得孩子是对的，我看您的孩子以后不只受这一点点伤那么简单了。"兔农听了兔妈妈的话愣住了，半晌没有说出话来。

分 析

很多时候人们都会溺爱自己的孩子，对孩子的缺点错误不仅不加以批评并督促其改正，更对孩子的缺点是视而不见，其实这样反而对孩子以后的成长不利，严重的时候还会给孩子的成长带来更大的阻碍。

其实寓言中的兔妈妈并不是不爱自己的孩子，它用的是另一种爱，另一种更加理智的爱。它懂得溺爱孩子所造成的结果，因此她宁愿选择让孩子自己去闯荡外面的世界，给它时间和空间，让它能够充分地认识这个世界。

理论延伸

对企业来说，对产品的爱护不是一味强调自身的优点，对产品本身的缺点置之不理，而是在消费者提出意见和建议的时候，找到产品的不足，积极地采纳并结合实际情况对产品加以改进，不断更新换代以满足消费者新的需要。否则抱残守缺，过分溺爱自己的品牌和产品，只会让自己的产品走向末日。

好的做法

英特尔永远都不满足自己现有的产品，根据其创始人之一戈顿·摩尔提出的"摩尔定律"，英特尔每隔一两年就要推出一款新的更高性能的微处理器，产品不停地更新代换，这也保证了英特尔一直都站在技术的最尖端。

不好的做法

本来Kodak和3M都是办公复印机领域的领先企业，当卡尔森静电复印工艺出现时，它们都显得无动于衷，没有抓住机会对自己的产品进行升级。结果该专利被哈洛瓦公司购买，该公司后来改名为施乐，成为拥有50亿美元资产的大企业。

采灵芝

——不是没有人才，而是要懂得选才的方法

医生炼制一种新药需要一些灵芝，可是自己又忙得没有时间去采药。他有两个儿子，这天医生对他们说："我要炼制一种新药，可是又走不开，你们帮我去采些灵芝吧。"于是两个儿子就挎着药篮出发了。

到了晚上，两个儿子都回来了，医生向两个儿子要灵芝。只见大儿子的药篮里空空的，什么都没有，而小儿子的篮里采了很多灵芝，他就问他们是怎么回事。

大儿子说："我寻遍了整座山，几乎找遍了植物所能生长的每个角落，就是没有发现一棵灵芝。"

小儿子说："灵芝这种东西稀少珍贵，但并不是采不到。灵芝喜欢长在高山峻岭的悬崖峭壁上，比较喜阴，我就专门挑这种地方找，当然就可以找到很多了。大哥虽然也找了很多地方，但是不知道灵芝喜欢生长的环境，当然很难采到灵芝了。"

分 析

物以类聚，植物也有它聚集的地方，小儿子能采到那么多灵芝也正是因为懂得了灵芝的习性。人以群分，有才能的人之间有共同语言，他们就喜欢互相来往。这样，一旦发现一个人才就很可能发现很多，懂得了这个道理就很容易发现人才了，而不会再为人才稀缺而苦恼。

理论延伸

很多企业都抱怨现在优秀的营销人才太难找了。是市场真的缺少营销人才吗？不是，为什么很多企业（例如宝洁）总能网罗到那么多营销天才呢？是因为他们掌握了识别人才的方法，有些企业在招聘的时候就确立严格的标准，把不符合的应聘者拒之门外，对选中者再加以精心培训和选拔；有些从社会招聘有经验的营销人员，充实公司队伍，带动新人成长；有些从别的公司挖来高级营销主管，为公司打拼江山。

好的做法

有一家企业选择营销人才的方法很奇特，他们公司从来不去学校招聘毕业生，也不参加社会招聘，他们招收营销人才的惟一办法就是通过公司内部员工的推荐。因为营销人员经常会接触到很多人，而且对人才都有一定的敏感度，而且推荐者本身也会有一定的责任感，所以公司网罗到很多优秀的营销人才。



不好的做法

恰当的营销选才方法可以给公司带来成功，错误的选才方法则会造成公司的失败。例如有些国内企业认为营销是一件很简单的工作，于是任人惟亲，派一些根本不符合条件的人去担当营销重任。

演讲者

——营销选才不应当只看其是否能说会道

凤凰要在动物之中选一个最能说的去参加玉帝举办的演讲比赛。

这天，黄鹂、鹦鹉、喜鹊等所有的鸟类都来参加了。黄鹂唱了一首动听的歌，赢得了观众的一致好评；喜鹊清脆的叫声也让人心旷神怡。轮到鹦鹉上台表演了，它昂首挺胸走上台，对着大家说："我鹦鹉的叫声不好听，歌也不会唱，但我会学人说话，这是你们其他的鸟类不能够做到的。"于是凤凰就选中了鹦鹉作为代表参加演讲比赛。

到了比赛场上，鹦鹉开始觉得有些紧张了，其他的鸟类在旁边一直给它喊着"加油"、"镇静"之类的话，可是它始终没有一点放松的感觉，因为它并不知道怎么演讲，讲什么。

最后，鹦鹉因为紧张过度在场上晕倒，被抬走了。

分 析

挑选鸟儿参加演讲比赛，并不是只看它是否能说会道，而要看它是否有真正的本领，能在比赛中沉着应战。可是凤凰却挑了个只会学人说话没有实际本领的鹦鹉，这是导致鸟类失败的根本原因。

生活中也有很多人，讲起东西来头头是道，好像自己很懂似的，其实他们很多时候只是一群学舌的鹦鹉而已。

理论延伸

对营销部门来说，最有价值的就是营销人才（当然，营销天才更是难得），那么企业该采取什么样的办法网络营销人才呢？这就要确立一个合适的标准。营销部门是企业和消费者接触最多的部门，营销人员的选择一定要慎重。这就要求公司确立高的标准。在品格上，要求诚实、正直、善良；在性格上，要求热情、大方、体贴；在专业上，要求具有相应的知识和经验。物以类聚，确立了正确的选才标准，就能找到许多同类型的人才。

好的做法

宝洁是一家营销上极其成功的日用化学公司，它的成功除了优质产品的保障外，公司有效地招聘营销人才的方法也功不可没。宝洁公司招聘营销人员很少注重学历和专业，而更注重应聘者的人品、性格和基本素养，再加上初入公司时的魔鬼训练和基层锻炼，使宝洁的营销人员都非常专业，这是它成功的一大法宝。

不好的做法

有些企业选用营销人员的标准就是看人能不能说，口才好不好，而丝毫不看重人员的道德品质，这样就造成了一些营销人员只会空口说大话，以致欺骗消费者，到最后给公司抹黑的事情时有发生。

猎鹰擒鹏

——营销帅才的作用不容忽视

楚文王年轻的时候特别喜欢打猎。他一直希望能够拥有一只超凡脱俗、勇猛无比的猎鹰跟随左右，在打猎时助自己一臂之力。于是他命人在全国各地张贴告示，悬赏重奖献上优秀猎鹰的人。

有一天，一个人风尘仆仆地来拜见他，献给他一只猎鹰。这只猎鹰体态矫健，浑身的羽毛光滑油亮，像一匹褐色的缎子，没有一丝杂色，脚爪锋利得闪出道道寒光，样子威武神峻，果然不同于一般的猎鹰。楚文王很是高兴，想早些让新得的猎鹰一试身手，于是就带着它到云梦泽去打猎。

楚文王叫人挖下了许多陷阱，里面埋上尖刺，又布下了大量用来捕捉动物的夹子和罗网，然后下令放火烧荒。一时间，浓烟滚滚，火光冲天，大小飞禽走兽争相奔逃。这样没头没脑的一阵乱窜，被火烧伤的、被烟熏倒的、掉进陷阱的、被夹子夹住的、被网罩住的动物不计其数。趁着这有利的时机，猎鹰们纷纷竖起了颈上的羽毛，拍打着双翅，竞相冲出去捕捉猎物，到主人面前邀功请赏。但不知为什么，这只刚被献上的猎鹰却伸着脖子、瞪着眼睛呆滞而漠然地瞧着眼前这一切，一点儿也没有准备去搏击的意思。

楚文王非常失望，将献鹰的人叫到跟前说："我的那些鹰已经为我捕获到了很多猎物了，只有你献的这只鹰连动也没动过，寸功未立。你好大的胆子，竟敢拿这种下等的蠢物来欺骗我，真是太不像话了！"

献鹰的人辩解说："我献的这只鹰如果也只和普通猎鹰一样、只有捕捉野兔、山鸡之类猎物的能耐，那我怎么敢把它献给大王呢？请您耐心地等待显示它才能的机会吧。"

楚文王的怒气还未消，突然看见云雾中有一只巨大的飞禽在滑翔，全身洁白，速度奇快，看不清形状，闪了几闪就不见了。这时候，那只猎鹰双眼光芒四射，展翅如一道闪电般冲向天空，一刹间消失在人们的视线以外。

过了一会儿，天空中下起了大雪。待人们定睛细看，才发现是一片片洁白的羽毛。然



后，一股股红的鲜血像雨一般倾注下来，大家都被这奇观惊呆了。最后，一只硕大无朋的鸟掉落下来，两翅盖住了大片土地，粗粗一量，竟然有十几里宽。

大家一时都不认识它究竟是什么鸟，有一位博学多识的人终于认了出来，告诉楚文王说："这就是大鹏啊！"楚文王大喜，于是重重赏赐了那个献鹰的人。

分 析

在一般的猎鹰都能做的事情面前，这只不平常的猎鹰却显得连平庸的猎鹰也不如，而遇到了大鹏后，它才显出了本色。人也是一样。真正有才能的人只有在关键时刻才能发挥出作用，我们要有眼光，做到人尽其才、物尽其用。

理论延伸

将领型的营销人才就像寓言中的猎鹰，也许在平常的营销活动中表现平平，但是往往在关键时刻能力挽狂澜，拯救企业。所以企业应该重视对具有帅才的营销人员的培养和选拔，而不应该以平常的标准来衡量。

好的做法

通用电气特别重视营销帅才的培养，他们通过职业轮训等许多方法给予营销帅才充分的发展空间，现在，通用电气已经成为世界上产生CEO最多的企业。

不好的做法

有些企业没有眼光，盲目追求短期效应，经常会把具有帅才但是近期营销业绩不好的人才赶走。

歧路亡羊

——营销传播中，单一信息更有效

杨朱的邻居丢了一只羊，他不仅率领自己的亲朋，而且又请来杨朱家的童仆一块去追。

杨朱说："丢一只羊，怎么要这么多人去追呢？"

邻人说："因为岔道太多了。"

等他们回来以后，杨朱问："找到羊了吗？"

邻居回答说："没有，羊丢了。"

杨朱又问："这么多人去追，羊怎么会丢失呢？"

邻居回答说："岔道中间又有许多分岔，我们不知羊跑到哪条路去了，所以只好返回来了。"

分 析

因为有太多岔路，所以杨朱的邻居虽然叫了许多人去追羊，最后还是没有追到。如果

只有一条路的话，结果恐怕就不是这样了，那不仅不需要兴师动众去追，而且一定能追得到（排除其他干扰因素）。

选择太多了总是给人们带来苦恼。在只有一种选择的时候，人们会沿着这个既定的选择义无反顾地走下去，把所有的时间和精力都投入到这个目标上来，这样也比较容易获得成功。但是选择多了的话，影响人们注意力的因素多起来，人们的考虑也会多起来，就不会那么专注于一件事上，成功的几率反而可能因此下降。

理论延伸

企业在营销传播过程中，经常会陷入一种陷阱，就是把铺天盖地的信息塞给消费者，恨不得把产品的所有优点一下子都让消费者知道。殊不知，消费者每天面对成千上万的广告信息，没有特色的、复杂的广告信息很容易淹没在信息洪水中。在这种情况下，少就是多，单一的广告信息传递往往更能给消费者留下深刻印象，更易让消费者接受。

因为选择太多总是给人们痛苦，选择太多总是让人眼花缭乱，简单的广告主张和诉求反而能让消费者清晰地理解广告主的意图，从而简化消费者分辨和理解信息的过程，起到更好的效果。

好的做法

"统一鲜橙多"结合品牌定位与目标消费者的特点，开展了一系列以"漂亮"为主题的促销活动，以加深消费者对品牌的理解。比如"统一"在不同的区域市场就推出了"统一鲜橙多TV-GIRL选拔赛"、"统一鲜橙多·资生堂都市漂亮秀"、"统一鲜橙多阳光女孩"及"阳光频率统一鲜橙多闪亮DJ大挑战"等活动，极大地提高了产品在主要消费人群中的知名度与美誉度，促进了终端消费的形成，扫除了终端消费与识别的障碍。

不好的做法

过多的信息诉求会让消费者混淆品牌概念，如国内有些轿车厂商在广告中往往宣传好几种产品特点，有的甚至是互相矛盾的，例如低价、安全、豪华、省油，结果只会让消费者不知所措，甚至怀疑宣传的可信度。

愚公移山

——营销传播要持之以恒

传说很早以前，在冀州的南面、河阳的北面有两座大山，一座叫太行山，一座叫王屋山，山高万丈，方圆有七百里。

在山的北面，住着一位叫愚公的老汉，年纪快90岁了。他家的大门，正对着这两座大山，出门办事得绕着走，很不方便。愚公下定决心要把这两座大山挖掉。

有一天，他召集了全家老小，对他们说："这两座大山，挡住了我们的出路，咱们大家一起努力，把它挖掉，开出一条直通豫州的大道，你们看好不好？"

大家都很赞同，只有他的妻子提出了疑问。她说：“像太行、王屋这么高大的山，挖出来的那些石头、泥土往哪里送呢？”

大家说：“这好办，把泥土、石块扔到渤海边上就行了！再多也不愁没地方堆。”

第二天天刚亮，愚公就带领全家老小开始挖山。

他的邻居是个寡妇，有一个七八岁的小儿子，刚刚换完奶牙，也蹦蹦跳跳地前来帮忙。

大家干得很起劲，一年四季很少回家休息。

这村里还住着一个老汉，这人很精明，人们管他叫智叟。他看到愚公一年到头，辛辛苦苦地挖山运土不止，觉得很可笑，就去劝告愚公：“你这个人可真傻，这么大岁数了，还能活几天，用尽你的力气，也拔不了山上的几根草，怎么能搬动这么大的山呢？”

愚公深深地叹口气说：“我看你这人自以为聪明，其实是顽固不化，还不如寡妇和小孩呢！不错，我是老了，活不了几年了。可是，我死了还有儿子，儿子又生孙子，孙子又生儿子；子子孙孙，世世代代，一直传下去，是无穷无尽的。可是这两座山却不会再长高了，我们为什么不能把它们挖平呢?”

听了这些话，那个自以为聪明的智叟再也无话可说了。

山神知道了这件事，害怕愚公一直挖下去，就去向玉帝报告。老愚公的精神把玉帝感动了，于是玉帝就派两个大力神下凡，把两座大山背走，一座放到朔方东边，一座放到雍州南边。从此以后，冀州的南面、汉水的北面，就没有高山阻挡了。

分 析

愚公真是个值得尊敬的人，他最后成功了，虽然是在天神的帮助下成功的，但是我们有理由相信，就算没有大力神把山背走，他的愿望最后也一定能够达成，因为他有坚定的信念和持之以恒的精神。就像他说的，山不会长高，自己的子孙却可以世世代代地挖下去，迟早会把山给移开的。

理论延伸

整合营销传播就是通过广告、公关、促销等多种手段向目标对象持续不断地传递单一信息。在这里，我们要特别注意“持续不断”这个词。它告诉我们，整合营销传播要求的是长期的多渠道的信息传递，而不仅仅是一段时间的广告宣传，它需要我们有愚公移山的精神，坚持不懈地进行传播。

好的做法

有些企业几十年如一日，不断地向消费者传播他们的广告主张。如佳洁士一直致力宣传他们的含氟牙膏（氟钙配方）具有高效防龋作用，令牙齿更加坚固；多芬香皂宣传“不干燥皮肤”等。

不好的做法

有些企业非常没有耐心，做一两个月广告没有收到成效就撤手不干了。其实广告产生效果是有一定时间限度的，一般起码也要3个月到6个月。

南辕北辙

——并非只要有精彩的广告创意就够了

有个商人正赶着马车，路上口渴了，看见前面有间茅屋，就赶过去向小屋的主人要了碗水喝。

茅屋的主人看商人赶车如此辛苦，就搭讪道："先生，这么热的天，您拼命赶路是要去往何方啊？"

商人喝完水回答说："我听说南边生意比较好做，打算去南边做点小买卖。"

茅屋主人看着商人的马车是面朝北面的，觉得很奇怪，就问他："您去的是南面，怎么马车是朝北面走的啊？"

商人笑着回答道："没关系的，我的马跑得快。"

茅屋主人告诉他："可是你的马车是面朝北方的啊，您怎么能到达南方呢？"

他说："我的路费很充足的。"

"可是这不是去南方的路啊！"

"给我驾车的人的本领很高的。"商人说完就上了马车往前面奔去了。

茅屋主人见他如此顽固，也就没有再跟他理论，只是站在那儿呆呆地看着这个商人离南方越来越远。

分 析

做人做事，必须有正确的方向。方向错了，就会像寓言里面那个要到南方去的人一样，条件越好，花的力气越大，离自己所要达到的目标就越远。所以我们在行动之前，必须确定自己的目标和方向，只有朝着既定的正确目标和方向努力，才能最后取得成功，否则都是在白费力气。

理论延伸

在广告活动中，首先必须找准产品所针对的广告对象，也就是广告信息的接受者或受众。因此，广告对象策划也就是分析、研究广告信息的受众是谁，其特点是什么，进而科学地进行广告定位。由于广告肩负着广告主与消费者之间沟通的任务，因此，广告定位必须明确产品的市场定位，然后确立广告在目标市场中的位置，以便提高广告对象对广告信息的认知度。

找准了广告对象，企业的广告宣传活动才能有的放矢，才能把有限的力量集中到一个小范围的目标上，从而使广告活动更有效。

好的做法

万宝路香烟现在是世界上销量最大的香烟品牌，但是在20世纪50年代以前，万宝路的销路一直不好。那时候，万宝路把自己的目标对象定位为女性，所有的营销活动都针对女性展开。著名广告人李奥·贝纳建议菲利普·莫里斯公司为万宝路品牌重新

定位，以男性为主要目标市场，并根据广告对象设计非常男性化的产品形象。

在广告形象代言人的选择上，贝纳起用粗犷豪放的西部牛仔，广告中的西部牛仔显得魅力无穷：袖管高高卷起，袒露出毛茸茸的手臂，指间夹着一支烟雾缭绕的万宝路香烟，胯下骑着一匹威猛的高头大马，驰骋在辽阔的美国西部大草原。西部牛仔广告于1954年问世后，给万宝路带来了巨大财富。1955年，万宝路荣膺全美第十大香烟品牌。1968年，万宝路的单品牌市场占有率跃居全美同行第二位。1975年，万宝路摘下美国卷烟销量的桂冠。到20世纪80年代中期，万宝路成为烟草世界的领导品牌，这种全球霸主地位一直持续至今。

不好的做法

有一家保健品企业找不准自己的广告对象，它一会儿定位为高档的礼品，一会儿又定位为大众型的健康饮品，这样的广告活动很难起到好的效果。

走近狼的狗

——记住，人们对未知的东西普遍感到恐惧

以前有条狗一直生活在主人家里，从来没有出去过，也没有见到过森林里的其他动物，每天陪伴它的只有牧羊人和绿油油的草原。

有一天这条狗跟主人走散了，它毫无目的地随处乱走，没想到闯进森林里去了。突然间这条狗看到了一只狼，狗看到狼锋利的牙齿非常害怕，拔腿就跑了。第二天，它出去寻找食物，路上又碰到了狼，狗仍然感觉害怕，但比昨天已经好多了，它偷偷地从狼身边溜走了。第三天狗又出去觅食，在回去的路上又碰到了狼，这次狗已经不怎么害怕了，敢当着狼的面走来走去。

就这样，这条狗后来碰到狼的时候就一点都不害怕了，还走上去跟狼亲切地交谈。

分 析

狗从来没有见过狼，第一次见到拥有一对尖锐牙齿的狼当然会感觉到害怕，可是多见几次面，狗对狼的恐惧就消失得踪影全无，并且还敢上去跟狼搭讪。

看来熟悉感的作用真得很大，居然可以让狗走向自己的敌人。人们对陌生的东西感到恐惧或是怀疑，这是很正常的，但是对熟悉的东西就会感到很亲切。

理论延伸

这种“熟悉感”规律正好被广告人给利用了，这也是那么多厂商愿意花巨资做广告的原因之一。消费者面对两件产品，一件是每天都在听说都能看见的很熟悉的（虽然也许没有用过），另外一件是自己从来都没有听说过的，在其他条件都差不多的条件下，他会选择哪一件呢？毫无疑问，他会选择前者，因为人们更愿意接受感觉熟悉的东西。

好的做法

有远见的企业懂得利用广告在消费者当中建立熟悉感。比如，可口可乐就利用广告在世界范围内建立起了惊人的熟悉度。您可能不喝可口可乐，但是，我打赌您听到广告的音乐响起，您就能跟着哼唱出来，或者伴随音乐您能在脑海中浮现出耗资百万美元在黄金时段播出的电视广告画面。即使您不爱喝可口可乐，如果别人请您顺路帮他买听可口可乐，您将用多长时间在货架上找到可口可乐？肯定不会花很长时间。为什么？部分原因可能是在大多数超级市场，可口可乐的货架位置都很显著。但是，您之所以能迅速找到可口可乐，更重要的是您清楚地知道可口可乐的外包装是什么样子。

不好的做法

有的企业完全不重视广告的作用，或者完全把广告当成推动短期促销的工具，这种观点将给企业带来灾难。广告追求的长期效果，首要的就是建立熟悉感。

杰米扬的汤

——广告播放频率要有度

杰米扬准备了一大锅汤，请朋友福卡前来品尝。

“请啊，老朋友，请吃啊！这个菜是特别为你预备的。”杰米扬热情地说。

“不，亲爱的朋友，吃不下了！我已经吃得塞到喉咙眼了。”朋友回答。

“没关系，才一小盆，总吃得下去的。味道的确好，喝这样的鱼汤也是口福呀！”

“我已经吃过三盆哩！”

“嗨，何必计数呢？哦，你的胃口太差劲！凭良心说，这汤真香，真稠，在盆子里凝结起来，简直跟琥珀一样。请啊，老朋友，替我吃完它！吃了有好处的！喏喏，这是鲈鱼，这是肚片，这是鲟鱼。只吃半盆，吃吧！”杰米扬喊自己的妻子，“夫人，你来敬客，客人会领你的情的。”

杰米扬就这样热情地款待福卡，不让他休息，不让他停止，一股劲儿劝他吃。福卡的脸上大汗如雨，勉强又吃了一盆，并装作吃得津津有味，把盆子里的汤吃了个干净。

“这样的朋友我才喜欢，见到那班吃东西挑剔的大人先生们，我就觉得可气。”杰米扬嚷道。“吃得痛快！好，再来一盆吧！”

然而，好不奇怪，老福卡虽然喜欢喝汤，却马上站起身来，赶紧拿起帽子、腰带和手杖，用足全力跑回家去了，从此再也不上杰米扬的门。

再好的东西，如果不加节制地强加于人，就会和杰米扬的汤一样令人讨厌。

分 析

杰米扬还真是一个有意思的人，请别人到家里吃饭，拼命灌人家汤，直到把人家给吓跑了。一般的寓言里面，总是讽刺请客的人太小气，采取种种办法让客人吃得少，这个杰米扬倒是很大方，一个劲儿劝人家多吃。但是他不知道，任何食物，不管多么美味可口，总是不

能吃太多，燕窝鱼翅好吃，但是天天吃、顿顿吃，谁都会吃厌烦的。何况杰米扬要人家吃的是大盆大盆的汤、一盆两盆还好，再多了谁都受不了，因为人的肚子就那么大，只能装那么点东西。

“好东西要和好朋友一起分享”，但是要掌握度，奉行“适度”的原则，过犹不及，给的太多就成为负担了。

理论延伸

看到这个故事，我马上就想起市场营销手段中的电视广告传播。广告要奏效，除了广告创意及其他配套措施外，很重要的一点就是媒介策略，包括选择在什么样的媒体上投放，以及投放的时间和播放频率。

乍看起来，电视广告的播放频率似乎很不重要，但是实际上，播放频率的选择会对广告宣传效果产生很大的影响。就像杰米扬的客人喝汤一样，最多只能喝四盆，再多就受不了要走人了；广告受众对广告播放频率也有一定的接受极限，太多了就会让观众觉得烦人，就会对广告企业产生种种不满，对企业印象不好了，人们自然不会去购买它的产品。所以说，播放频率的控制很重要，这个度掌握不好，很容易让广告成为人们讨厌企业的一个理由，不仅不能达到广告应有的效果，反而适得其反。

好的做法

首先，不说广告要做的如何艺术、如何有美感，起码要让人看起来不会产生不舒服的感觉；其次，在播放频率上要考虑受众的接受度，在一天中进行适度安排。在这方面，国外有些企业如可口可乐、IBM、联合利华就做得很好，它们让受众在各个时段都能看到广告，但绝不会在同一时段反复播放。

不好的做法

相比之下，中国有些企业就做得不够好，个别企业（主要集中在保健品行业）甚至做得很过分。有家企业的广告本来就没什么创意，看完一遍就让人很烦，但是他们却笃信“信息轰炸”战术，以极高的播放频率让观众几乎每时每刻都能看得到它，最后甚至引起电视观众的投诉，在公众压力下才做了一些改动。

老槐树的教训

——面对公关危机，要正视并承认错误

啄木鸟每天都给森林里的树木看病。

这天啄木鸟停在了老槐树上，它发现树上有几个虫眼，就对老槐树说：“槐树老哥，你身上表层有虫子了，让我帮你啄掉吧。”

老槐树笑呵呵地回答道：“啄木鸟兄有点小题大做了，我这条命有好几百年了，风吹雨打，什么灾难没经过，区区几个虫眼算什么，过几天就没了。”

啄木鸟听它这么说就走了。过了不久，啄木鸟又停在了老槐树上，它看见虫眼比以前更

多了，而且有些虫眼扎得好深，进入木质层了，就急忙对老槐树说："老槐树，你的虫眼越来越多了，而且都快进入心脏了。"

老槐树还是轻蔑地说："没关系的，我抵抗力强，扎几个虫眼是常有的。"啄木鸟看老槐树这样顽固就不理它了。

过了好长一段时间，啄木鸟再停在老槐树上的时候，发现老槐树已经死了。

分 析

老槐树因为相信自己抵抗力强，三番五次地拒绝啄木鸟为它医治的请求，结果小病慢慢发展成大病，最后就这样病死了。

其实老槐树也许并不是真的相信自己抵抗力强，可能只是碍于面子，不好意思被啄木鸟一眼就看穿了；并且还可能觉得，自己身体没什么异样感觉，就算有小毛病，过一阵子它自然就好了。

理论延伸

面对高度变化的市场，企业总会碰到各种问题、各种公关上的危机，这时候企业该怎么做呢？是避重就轻，拒不承认错误，还是主动出击，主动澄清问题，并和媒体取得联系，请求社会公众的原谅，迅速有效地解决问题呢？答案当然是后者。

企业应该敢于剖析自己，敢于承认错误。在发现公关危机之后应该联合行业协会或者政府，立即利用手中的媒体资源让其保持沉默，然后找到危机的源头，向公众公布。要是我们能够正确地面对危机，我们就可以将危机带来的负面影响降到最低点，或者将企业的劣势变为优势。

好的做法

1999年6月初，比利时和法国的一些中小学生因为饮用可口可乐发生了中毒事件。一周后，比利时政府颁布禁令，禁止本国销售可口可乐公司生产的各种品牌的饮料。已经拥有113年历史的可口可乐公司，遭遇了历史上鲜见的重大危机。

1999年6月17日，可口可乐公司首席执行官依维斯特专程从美国赶到比利时首都布鲁塞尔举行记者招待会。第二天，比利时的各家报纸上出现了由依维斯特签名的致消费者的公开信，仔细解释了事故的原因，信中还做出种种保证，并提出要向比利时每户家庭赠送一瓶可口可乐，以表示可口可乐公司的歉意。与此同时，可口可乐公司宣布，将比利时国内同期上市的可口可乐全部收回，尽快宣布调查化验结果，说明事故的影响范围，并向消费者退赔。

可口可乐公司还表示要为所有中毒的顾客报销医疗费用。可口可乐其他地区的主管，如中国公司也宣布其产品与比利时事件无关，市场销售正常，从而稳定了事故地区外的人心，控制了危机的蔓延。此外，可口可乐公司还设立了专线电话，并在因特网上为比利时的消费者开设了专门网页，回答消费者提出的各种问题。整个事件的过程中，可口可乐公司都牢牢地把握住信息的发布源，防止危机信息的错误扩散，将企业品牌的损失降低到最小的限度。

不好的做法

相比之下，中国有些企业就做得比较差了：三株公司，因为对8瓶口服液喝死一老汉消息的人为炒作缺乏有效控制而一蹶不振；爱多公司，因为内部资金短缺的消息曝光致使商业信誉下降而引发危机。

猎狗被杀

——面对公关危机，要澄清事实

猎人养了一条特别敏锐的猎狗，森林里的其他动物每当看到猎狗时，都吓得不得了，所以猎狗每次出去都会给主人带回来好多猎物，主人也对猎狗特别好。

有一天猎人家里突然出现了一只狐狸，它跑来对猎人说："猎人，你的猎狗现在对你不忠了，它每次逮到猎物都会先自己藏起来一些，把剩下的留给你。"猎人知道狐狸狡猾，并没有把它说的话当回事。

第二天，来了一只小白兔，它也对猎人说："猎人，你的猎狗经常把打到的猎物藏起来，剩下很少的一部分给你。"猎人看到小白兔都这么说，有些动摇了，但还是不相信，因为猎狗一直都很忠于他。

第三天，小松鼠来了，它对猎人说："猎人，你的猎狗藏起来了很多食物。"这时候，猎人终于忍不住相信了它们的话，觉得猎狗真的背叛他了，于是一怒之下就把猎狗杀了。

分 析

流言是可怕的，它的危害性也是众所周知的。要是被流言迷惑了，将会给自己造成巨大的损失。面对流言我们应该查清事实，而不是枉断是非。

理论延伸

对于企业来说，流言的危害性尤其大，如果企业发生了危机，面对社会上广为传播的流言，企业应该怎么办呢？为了避免出现流言越传越乱、以讹传讹的局面，企业应该及时地、勇敢地站出来，正本清源，把事实毫无保留地告诉大众，从源头上消灭流言。否则那些不明事由或者心思恶毒的人就会充当流言的传播者。

好的做法

2003年8月，红牛遭遇"进口假红牛"危机。红牛公司决定首先在媒体方面扭转舆论导向，立即同国内刊登该新闻的一些主要网站取得联系，向其说明事情真相，然后动用公关手段，促使有关网站摘掉所转载的不准确的新闻，换上红牛公司法律顾问的"严正声明"。

针对第二天平面媒体可能出现的报道，红牛公司起草了一份新闻通稿，于当晚向全国一些主要媒体以传真形式发出。同时，该公司又针对全国约50家主要媒体做了一

个广告投放计划，每家做半版广告，而广告的内容是向消费者说明和承诺红牛的品质没有问题，广告于当天晚上连夜设计出来。

与此同时，红牛通知全国30多个分公司和办事处，要求它们向当地的经销商逐一说明事情真相。与品牌策划部同时工作的还有法务部，它们主要负责同各地的质检、工商等部门沟通，以说明情况，消除影响。

不好的做法

2003年11月初，格力电器在广州两大权威媒体发表了一份“严正声明”，声明指出，最近媒体刊登的“格力进军厨具市场”和“格力建成三个小家电基地”为题的报道纯属虚构、捏造，已严重误导了广大投资者和消费者。由于“声明”的广泛传播，事件很快蔓延至全国。

后来，格力小家电接到了来自各地经销商关于“格力小家电是否合法”的询问。接着，格力小家电向媒体发了落款为珠海格力集团的一份传真，向媒体证明，珠海格力小家电和格力电器一样，同属格力集团子公司，授权合法使用“格力”字号和商标。但是，市场上的格力空调和小家电都已经遭受了前所未有的销售危机，而且品牌信誉已经无法弥补。由于格力电器属于上市公司，该事件导致格力电器股票大幅度下跌。随后媒体又传出格兰仕收购格力的新闻，对格力品牌的伤害相当严重。

农夫收庄稼

——把眼光放长远，别过于注重眼前小利

刚刚到秋天，田里的庄稼也刚开始由青变黄。这个时候却有一个农夫在收割自己的庄稼，路过的人看着他把刚刚才变黄的庄稼割了，就劝他说：“你怎么把这么青的庄稼给割了啊，这些还要长啊，它们才刚刚开始成熟。”

农夫一边擦汗一边回答说：“再不割，那些已经成熟了的就要发芽了，我就趁它们发芽之前把它收获了。”

路人回答道：“那也可以再等等啊，等大多数的庄稼成熟了再收割啊，现在这样会损失很多的。”

农夫反驳道：“要再等，这些成熟的庄稼就都要发芽了，那样我才损失大呢。”

路人见他如此不可理喻，就没说话，自己赶路去了。

农夫忙了两天，把他们家那些刚变黄的庄稼全收割了，可是最后却没有收获多少稻谷。

分 析

农夫因为担心那些成熟了的庄稼会发芽就趁早把它们割了，他的担心不是没有道理，可是他却太看中眼前那些已经成熟的庄稼的产量，竟不能再等一段时间，弄到最后产量那么低。同样，生活中也有很多人太注重眼前的小利，而忽视了将来可能得到的更大的利益，这样往往到头来不仅失去了获得长期利益的机会，而且连小的利益都没了。

理论延伸

企业公关营销是一种非营利性活动，主要目的是树立企业的良好形象。这个时候，在资金上企业只有付出，完全没有任何收获，但是如果公关做得好，从长期来看，企业将得到非常大的回报。如果企业太看重短期利益，在公关营销过程中一心想着怎么赚钱，甚至利令智昏到侵害消费者的利益，那么不久企业就会遭受消费者的报复——企业形象被破坏，销售量下降，最终利润受损。

好的做法

“非典”初期，有些企业非常机敏地开始反应：汇源果汁赞助了《同一首歌》抗“非典”专辑；蒙牛在第一时间推出了“预防非典”的FLASH广告片，在民众中树立起良好的企业形象和品牌形象；洗手液领先品牌威露士等，顺势大打事件营销牌，从而在整个洗手液一夜之间从奢侈品变为必需品的过程中大获其利；养生堂借此机会推出“成人”维生素新产品。这些企业在公关过程中不计企业短期利益，最终收到了良好的社会效果。

不好的做法

面对“非典”疫情，有些企业在整个事件中始终保持沉默；而有些企业更是假公关“捐赠”之名，行销售产品之实，结果让消费者觉得上当受骗，企业形象大打折扣。

许金不酬

——营销应慎承诺

济水南面有一个商人，渡河时他乘的船翻了，他抓着浮在水面上的枯木大喊救命。有个打渔的人听到了，赶紧驾船去救他。

船还未开到，这个商人就大声呼叫：“我是济水一带的大富翁，你如果能把我救起来，我酬谢你100两金子。”

于是渔翁把这个商人救上了岸，商人却只给他10两金子。

渔翁说：“你起先答应酬谢100两金子，现在只给10两，这恐怕不行吧!”

商人听了勃然大怒，说：“像你这样打渔的人，打一天鱼能得多少钱呢？而现在一下就得了10两金子，为什么还不知足？”渔翁没办法，只好十分沮丧地走了。

过了一些日子，这个商人从吕梁河顺流而下，船碰到石头上又沉了，恰好这个渔翁又在场，人们对渔翁说：“你为什么不去救那个商人呢?”

渔翁回答道：“这是一个口里许诺给酬金而实际上不肯给酬金的人。”说完袖手旁观，眼看河水把商人淹死了。

分 析

这个寓言选自刘基的《郁离子·灵丘丈人》，故事中的渔翁为了钱见死不救当然是不对

的，虽然对商人那种“许金不酬”的行为有必要给予一定惩罚，但是生命的代价毕竟还是太大了，过于残忍。对商人来说，其行为虽然“罪不至死”，但也是咎由自取，如果自己不是那么不守承诺，也不至于落到淹死的下场。

商人在需要别人帮助的时候，信口给出一些承诺，等到自己脱离险境却翻脸不认人，如此说话不算数，谁还会愿意和他打交道呢？做人讲诚信，才能得到别人的信任和支持，不然最终会被人抛弃。

理论延伸

企业做营销活动的时候，经常会对消费者开出许多具有诱惑力的承诺，以吸引消费者参与。这本来是必要的营销措施，但是有些企业为了拉拢更多的顾客，在进行营销活动时，重视一时的承诺和宣传，而忽视长期的兑现和服务，信口开河，随意给消费者一些根本无法实现的利益承诺。结果虽然能够暂时拉到不少顾客，但是最终会使企业的顾客量减少，因为受骗的参与活动者会告诉他的朋友和熟人他的经历，于是本来要参加活动的潜在顾客也会被吓跑。而且更重要的是，企业的形象受损，长期来说对企业危害更大。

好的做法

联合利华非常重视营销活动中的承诺兑现问题，营销部门给出的任何承诺必须按时兑现，对于有些营销人员给出的不切实际的承诺，虽然公司内部会对他进行处分，但是对顾客仍然会按承诺办事。

不好的做法

名为打折，实为抬价；名为赠物销售，实为购物搭配。如有的企业在各大媒体举办征集广告语大赛活动，声称将在某月某日的大报上刊登大赛结果，其实他们压根就没准备再续下文。如某掌上电脑和空调企业曾进行过征集广告语活动，虽然都算是国内知名企业，但是他们的表现也未能脱俗，结果也未能兑现承诺。

被捕的乌鸦

——诚信就是最好的公关

森林里有只乌鸦被捕鸟夹夹住了，它祈求阿波罗，说它若能脱险，将向阿波罗供奉贵重物品。阿波罗解救了它，但它从鸟夹里逃出来后，马上就把许的愿丢到了脑后。

不久，它又被捕鸟夹夹住了，它不敢再求阿波罗，只好向赫耳墨斯许愿。赫耳墨斯对它说：“你这坏东西，你背弃和欺骗别人，我怎么还会相信你呢？”

分 析

乌鸦欺骗了阿波罗，当时并没有受到惩罚，直到它再次陷入困境，并渴求别人帮助时，才品尝到自己欺骗行为的苦果。正如俗语所说：善有善报，恶有恶报。

理论延伸

在企业营销中，任何欺骗行为，马上就会被市场和消费者感知，不要等到下次；而且，同乌鸦的命运一样，一次严重的欺骗行为，会让一家企业受到致命的惩罚，甚至破产。欺骗消费者是企业走向衰败甚至破产的一条“捷径”，任何希望长期稳定发展的企业都应该在营销中讲诚信，推行诚信营销。

好的做法

海尔是一家非常讲究诚信的企业，海尔一直以产品质量和服务著称，他们承诺的送货上门、上门维修以及退款退货等服务，一定会按质按量完成。

不好的做法

2003年8月15日，美国伊利诺伊州法庭作出判决，美国第一大烟草公司菲利浦·莫里斯公司因涉嫌欺骗顾客而必须交纳巨额罚款，罚金及诉讼费共计120亿美元。该烟草公司律师称，这项罚款决定将导致菲利浦·莫里斯公司破产。

案件要追溯到2003年3月。当时，很多美国烟民联名上告菲利浦·莫里斯公司欺骗顾客，因为该公司在广告中宣称，其焦油含量低的“清爽”型香烟对消费者健康无害，而实际情况并非如此——菲利浦·莫里斯公司在3月份呈报给美国司法部的报告中承认，标明“低焦油”的香烟其实与其他香烟一样对身体有害。而且，抽“低焦油”香烟的人由于减少了心理负担，会抽更多的烟，更容易上瘾。美国麦迪逊市法官尼古拉斯·拜伦经过审理后认定，菲利浦·莫里斯公司犯下了欺诈罪，并作出了上述判决。此前根据1998年达成的协议，美国烟草公司必须在未来的25年中向46个州支付2.6亿美元，用于对因吸烟而患病者的照料，菲利浦·莫里斯公司承担了有关费用的最大部分。

3月份的判决结果出来后，菲利浦·莫里斯公司曾向伊利诺伊州高级法庭提出上诉，希望法庭重新量刑，减轻处罚力度，并称公司无力交付罚金。但是这次法庭基本维持原判，菲利浦·莫里斯公司这个美国烟草业巨头已处在破产边缘。

森林之王

——采取积极措施重建信任

老虎当选为森林之王，开始有种惟我独尊的感觉，喜欢戏弄其他动物。有一次一只老象向它问路，它特意把相反的方向告诉老象，从此大家都不信任它了。

这天有只野豹侵犯了它的领土，它与豹打斗时感觉有些力气不支，于是命令其他动物帮忙，可是大家都以为它又在开玩笑，没有理它。受了重伤后，老虎突然间觉得自己很孤独，因为大家都不相信它。

为了能够重新建立大家对自己的信任，老虎想出了一个主意。

这天，它对森林里所有的动物说：“你们看到不远处的那堆食物吗？那是我放了半年的食物，如果谁想要，就搬到它的洞里去吧。”

动物看看那堆足可以维持半年的口粮，都不敢相信老虎的话，以为它在开玩笑。

有只小松鼠觉得好玩，就跑过去把那堆食物搬到了自家门口，刚等它搬完，老虎就下令说："小松鼠，现在这半年的食物都是你的了。"这下动物们才相信原来老虎说的是真的，于是动物们对老虎的信任又慢慢建立起来了。从此老虎也就安然做它的森林之王了。

分 析

老虎对问路的老象开了个小小的玩笑，以致彻底丧失了动物们对它的信任，而当危险到来之时它才感受到失去别人的信任所换来的代价有多大。当然也正是这个教训促使老虎去重新争取动物们对它的信任，重新得到动物们的帮助。人有时候也会因为某些原因而丧失别人对自己的信任，而这个时候就应该采取行动，去重新争取别人的信任，否则最后受伤害的还是自己。

理论延伸

企业信誉的建立是一个艰难而漫长的过程，它需要企业上下一起努力，甚至需要好几代员工的齐心协作。但是企业信誉的崩溃却是很快的，只要企业做出什么损害消费者利益、有悖企业信誉的事情，消费者对企业的信任就会很快地消失殆尽。

发生信任危机之后，企业就要着手进行信任的重建。老虎的方法看来还挺奏效，很快又重新赢得了动物们的信赖。企业重建信任可就没那么轻松，他需要付出几倍于先前的努力，需要更高的代价。

好的做法

美国强生公司生产的泰诺止痛药，是国际同类产品中的第一品牌。在1982年9月29日到10月1日期间，芝加哥地区竟接连有7人因服用该产品而死亡。事件发生后，强生公司迅速采取了一系列对策以应对公司的信任危机：全力封锁泰诺产品生产流水线，收回和封存了市面上的全部泰诺止痛药，并公开销毁了价值1亿美元的2200万瓶可能存在问题的产品；同时，强生公司抽调大批人马对所有泰诺止痛药进行检验。后来警方查证，中毒事件是有人刻意陷害，不是强生公司的问题，这一系列有效的措施，使泰诺再一次在市场上崛起，仅用5个月的时间就夺回了原市场份额的70%。

不好的做法

中国南京的冠生园，是中国的老字号食品生产厂家。2001年9月中央电视台披露冠生园回收月饼并使用霉变、超过保质期限的食品原料加工月饼后，冠生园并没有采取适当的措施来重建信任，结果百年老字号毁了招牌，最后被迫解散。

金斧头

——面对短期回报的诱惑，恪守商业诚信

有位樵夫在河边砍柴，一不小心把斧头掉到了深水里。他丢掉了谋生的工具，坐在河边

禁不住嚎啕大哭起来。

赫耳墨斯来了，问他为什么痛哭。樵夫把自己不幸的事告诉了赫耳墨斯，赫耳墨斯就跳到河里，打捞出一把金斧头，问他落到水中的是不是这一把，他老老实实地说："这把不是我的。"赫耳墨斯再次下水，又捞上一把银斧头来，又问樵夫这把是不是他的。他仍旧诚实地说："这把也不是我的。"赫耳墨斯第三次下水，捞上来樵夫落水的那把斧头。樵夫一看，立即说："这就是我的那把斧头。"并且露出失而复得那种高兴的样子。赫耳墨斯非常欣赏他的诚实，就把这把斧头连同那把金斧头和银斧头都送给了他。

樵夫回到家里，把今天发生的事情讲给了他的邻居听。其中有一个人想去试一试，看他是否也能交上这个好运气。他来到河边，故意把斧头扔到水里同一个地方，坐在岸边痛哭。

正如他想的那样，赫耳墨斯出现了，问明了他伤心的缘故，就跳到河里捞出一把金斧头，问这是不是他失落掉的那把斧头。这个贪心的人握住它说："千真万确，这就是我掉落的那把斧头。"赫耳墨斯十分讨厌他这种不诚实的态度，不仅收回那把金斧头，连他扔到水里的那把斧头也没有帮他打捞上来。

分 析

这个故事好像在中国古代寓言里面也有相似的版本，不过在那里赫尔墨斯就变成白胡子老神仙了，说的都是同一个意思：诚实的人最终得到很多实惠，而那些利欲熏心的、妄图靠欺骗而发财的人反而一无所获。

在现代社会，诚信越来越受到重视，不管是在人际交往还是在商业往来中，讲究诚信的人和企业总是受到社会的尊重，社会也给予他们相当丰厚的回报；而那些不讲诚信的人和企业，则越来越难以立足。而且随着社会信息传递系统的发达和畅通，诚信记录很容易就被社会所广知，所以诚信的回报越来越大，不诚信的成本越来越高，客观上也促使社会诚信风尚的形成。

理论延伸

在改革开放初期，社会主义市场经济体制还很不健全，在那种情况下，很多人依靠坑蒙拐骗攫取了第一桶金，那个时候很少有人和企业讲究诚信，大家讲究的只是快速致富，过分追求结果，而很少关注过程和手段。

不诚信是一种追求暴富的短期行为，它可以在短期让人致富，但是长期看来却使人丧失进一步增加财富的可能性。现在的企业都讲求长远发展，所以诚信成为企业行事的第一原则，而诚信的回报也相当丰厚，它将成为企业一项巨大的无形资产。

好的做法

诚信是商业伦理的重要组成部分，联邦快递承诺"隔日必达"，所以它总是不惜一切代价在规定时间内完成任务，消费者对它无比信任。2002年，联邦快递营业额已经达到196亿美元，在《财富》杂志全球500强中排名第246位。

不好的做法

某鞋店在广告中声称顾客不满意可以退货，结果很多消费者发现鞋的质量有问题并要求退货时，但是该鞋店找出种种理由拒绝购买者的要求。

大树和芦苇

——大丈夫能屈能伸

湖边长着一棵粗壮的大树，大树周围生活着一些矮小瘦弱的芦苇。大树根底深厚，枝繁叶茂，经常炫耀自己的强壮，讥笑瘦小的芦苇，说它们永远生活在自己的树阴下，永远无法体会自由舒展的快乐，永远没法看到远方的风帆。芦苇们总是默默地一声不语。

夏天到了，有一天下起了暴雨，天空中电闪雷鸣，狂风呼呼地刮着，把湖水吹起很高的浪，大树的有些枝条也被吹断了。风越刮越大，不停地摇撼着大树，到最后，在狂风暴雨和巨浪的合力进攻下，只听见“轰”的一声巨响，大树被刮倒了。

雨过天晴，躺在湖边的大树异常悲伤，它看见弱小的芦苇没受一点损伤，便问芦苇：“为什么我这么粗壮都被风刮断了，而纤细、软弱的你们却什么事都没有呢？”芦苇回答说：“我们感觉到自己的软弱无力，便低下头给风让路，避免了狂风的冲击；你却仗着自己的粗壮有力，拼命抵抗，结果被狂风刮断了。”

分 析

大树最后倒下了，而芦苇却得以保存下来，是因为大树不够强大吗？不是，大树根底深厚、枝繁叶茂，有着粗粗的树干，表面看起来应该能够抵挡住大风雨，但是最后它还是倒下了，原因也是因为它的强大。首先，因为它强大，所以它藐视一切，它没有把狂风暴雨放在眼里，它不会像芦苇那样“苟且偷生”，而是仗着自己粗壮有力，迎风抵抗；其次，因为它强大，因为它枝繁叶茂，所以被狂风攻击的面更广，也就是说，大树越强大，狂风的攻击力也就越大，对它的打击也就越重。所以说，大树是被自己的强大击垮的。

理论延伸

现在，有些企业发展得相当大，下面有很多子公司、孙公司，企业的业务面也非常广阔，但是强大的企业可以无往不胜、一直强大下去吗？看看大树的结局就知道了，强大有时候是一种劣势。

无论什么企业，在发展过程中都会遇到风险和威胁，强大的企业可能会对这些风险和威胁不屑一顾，因为他们觉得自己实力非凡，这些挑战无法撼动自己。他们因此可能贸然进入自己完全不熟悉的行业和领域，想凭着自己在其他方面的强大实力取胜；他们也可能忽视来自其他企业的任何挑战，即使在某个领域威胁到自己的存在，也绝对不会退出。这时候，企业的强大就会成为企业失败的原因。

好的做法

通用电器选择自己最有竞争优势的行业，把主要精力和资金放在这些领域，所以通用电气成为世界上最成功的企业之一。它虽然很强大，但是它并不逞强，它知道自己的优势所在，所以绝不会自以为是地妄图跟可口可乐比赛卖碳酸水。就算通用电气收购了NBC，它也是让NBC独立地经营。

不好的做法

随意进入任何认为“有利可图”的行业，对任何挑战都采取正面抵抗的营销策略，这是一种有勇无谋的应对方式。

惭愧的兔子

——成功时要保持清醒的头脑

动物运动会经过了一天紧张激烈的角逐后，兔子最终还是赢了乌龟。

站在奖台上的兔子此时特别兴奋，听到了下面的议论更是显得高傲。

小松鼠：“兔子兄弟真是厉害，才几分钟就把乌龟甩在后面老远老远。”

小麻雀也帮着答腔：“兔子哥哥跑步的本领本来就是森林里最强的，更何况还是跟那个慢悠悠的乌龟，不用比就知道是兔子哥哥拿冠军了。”

“对啊对啊，乌龟就是自不量力，竟然敢挑战兔子老弟。”森林里的动物都在说着同样的话赞美兔子，而兔子更是耳朵翘得老高，偷听动物对它的议论，心里美滋滋的。于是兔子从此就以森林里的跑步冠军自居，而且每次碰到乌龟都要笑话它。

过了好多年，又轮到动物大会召开了，兔子又报了跑步，没想到还是跟乌龟赛跑，然而这次夺冠的却是乌龟，因为走的是水路，兔子不会游泳。看到乌龟站在领奖台上，兔子突然觉得很惭愧。

分 析

这则寓言告诉我们，人在一片赞扬声里一定要保持清醒的头脑，要有自知之明，更不可嘲笑对手一时的失败。不管你是重要人物还是普通老百姓，绝不能因为取得了一点成就、得到了一点肯定就沾沾自喜，而要时刻检视自己的不足，看到自己缺点并不断改进，才能不至于迷失方向。

理论延伸

对于那些已经取得成功的企业来说，总是有许多人、许多媒体追捧，面对那么多荣誉和赞美，企业很可能因此变得盲目自大、目空一切，并认为企业无所不能。很多企业在成功后盲目地进行品牌扩张就是很好的例证，它们似乎认为企业无所不能，自负地以为在一个领域取得成功，就有能力在任何领域称雄，结果，很多企业走上了不归路。企业无论取得多大的成功，都应该对自己有清醒的认识，有所为有所不为，绝不可自以为是，恣意妄为。

好的做法

有很多大企业很多年来一直受到人们的推崇和尊敬，但是它们并没有因此沾沾自喜，而是永远保持谦恭的心态，无论对消费者还是竞争对手都很敬重。可口可乐靠软饮料起家，成功之后也只是顺便进入其他饮料领域，例如矿泉水、果汁等，绝不会自

大到去挑战IBM、造可口可乐的电脑；万宝路也是百年老品牌，但是它这么多年只是做烟草行业，老老实实安于本分。

不好的做法

以生产家电闻名海内外的海尔集团，在成功后开始了大规模的品牌延伸，甚至海尔的品牌用到了与家电风马牛不相及的医药行业，结果因为消费者仅认海尔是个家电品牌，不能接受这个延伸，使其遭遇失败。

据“经”寻马

——理论的意义在于指导实践

伯乐善于辨认千里马，他想把自己的儿子也培养成相马的能手。于是他给了儿子一本《马经》，要儿子按照《马经》上画的图样去寻找千里马。

儿子找啊，找啊，他每遇到一匹马，都拿《马经》上的图样来仔细核对，看看与书上画的特征是否相符，可是每次总有些细节对不上号。就这样找了一年，还是没找到一匹和书上画的一模一样的马，他只好垂头丧气地回去告诉父亲。伯乐劝他不要灰心，叫他出去接着找。

无奈，儿子又踏上了寻找千里马的征程。上哪儿去找呢？他抚摸着《马经》，叹了口气，不知道该怎么办才好。儿子漫无目地走啊走啊，心里不停地问：千里马啊，你到底在哪里呢？

正在发愁间，一只大蛤蟆一边“咕咕”地叫着，一边一蹦一跳地过来了。儿子看了半天，心下忽然“咯噔”一下：“咦，这不就是……”他大喜过望，掉头就往家跑。还没迈进家门，儿子便大嚷起来：“我找到千里马了！我找到千里马了！”伯乐听了，忙奔出来问：“快说说，你找到什么样的千里马了？”儿子上气不接下气地回答：“我见过许许多多的马，只有这一匹和书上画的最像了。它也是头颅高高隆起，眼眶深陷，背脊缩着，只是有一样——它的蹄子却不像。”听完了儿子的话，伯乐心里明白了大半，他只得苦笑着说：“孩子啊，这匹‘马’虽好，可是它蹦蹦跳跳的，人骑上去怎么受得了呢？”话音刚落，儿子脸上的笑容顿时僵住了。

分 析

伯乐的儿子当然错了，蛤蟆怎么会是千里马呢？他错就错在把书本作为一成不变的教条，而不善于从实际出发来分析问题，这样怎么能找得到千里马呢？而且，他不应该求全，每次都要求各项完全符合书上的指标。他需要多去实践，甚至多一点失败，积累更多经验，这样才能一步一步走向成功。

理论延伸

虽然真正意义上的营销理论的建立时间不长，但是近几年营销理论却取得了长足的进步，各色各样的营销学说纷纷面世。理论的意义在于指导实践，中国的营销还比较稚嫩，所以更需要学习理论以充实自己，但是学好理论之后更重要的是应用到实践中去。而且中国的国情比较特殊，西方的理论到了中国都有一个中国化的过程，需要在适应实践的过程中去指

导实践。

好的做法

用友软件是国内知名的管理和财务软件供应商。用友软件比较早的引入了西方的客户关系管理（CRM）理论，并且付诸实施，在实践中不断修正不适合中国企业的条条框框，慢慢形成了具有自己特色的客户关系管理操作规则。

不好的做法

有些企业完全照着西方营销教科书上的理论去做，例如有一家农药生产企业，觉得营销理论的品牌建设理论非常有道理，于是花巨资进行大规模的品牌形象建设。其实对于广告农药使用者（主要是农民）来说，畅通的销售渠道、过硬的质量和合理的价格更为重要。

河豚发怒

——不能忽视企业营销行为的客观环境

河里有种鱼叫河豚。

春天到了，河水越来越多，水草也都变绿了，一只河豚非常高兴，它尽情享受春天的舒适，在河里欢快地游来游去。当它游到桥下面的时候，由于自己闭着眼睛太陶醉了，一不留神撞到桥墩上。

桥墩多硬啊，把河豚撞得眼冒金星，差点晕厥过去。河豚痛得直咬牙，虽然明明是它自己不对（谁叫它不避开不能动弹的桥墩呢），但是它却愤怒地责怪桥墩撞了它，气得张开两腮，竖起两鳍，肚皮鼓得圆圆地浮在水面上，很长时间都没有动。

这时，一只出来觅食的老鹰正好从这里飞过，看到水面上翻着肚皮的河豚，心想今天真是走运，竟然有自动送上门的美餐，于是飞快地俯冲下去，一下子就把河豚抓了起来，撕破了它的肚子，在树上美美地吃着。

河豚喜欢玩耍却不知道节制，自己撞着了桥墩却不知道责怪自己，反倒肆意地发泄怨恨，以致被老鹰抓破肚子而死，真是可悲啊！

分 析

河豚真是可怜，刚刚才撞了桥墩，正疼痛难忍找桥墩撒气呢，却被老鹰撞个正着，没办法，谁叫它这么脾气坏呢，被老鹰抓住当了美餐。

其实类似河豚这种事情，我们小时候都可能经历过，被凳子绊了一跤，疼得厉害，总会责怪凳子。河豚当然错了，首先错在不该闭着眼睛四处瞎跑；二是错在撞了桥墩不该埋怨桥墩，应该在自己身上找问题；三是错在不该生气，更不该任性地鼓着肚皮浮在水面上，它也不考虑一下客观环境，这是一件多么危险的事情啊，就算没有老鹰，被什么别的动物或者人看见了，都会难逃一死。

一个人犯了错误不知道总结经验教训，却一味地埋怨客观环境，那就会犯更大的错误，导致更大的损失。河豚最大的错误就在于没有充分考虑到客观环境的影响，最后落得被吃的下场，完全咎由自取。

理论延伸

市场营销经理们必须明白在其选择的目标市场进行运作所产生影响的特定环境因素，明白这些环境条件将使企业得以做到将机会最大化、威胁最小化。虽然这些环境因素不受企业的直接控制，但对之了然于胸将使企业制订出的市场营销战略避免、减少负面影响。

好的做法

企业所处的环境应当成为决定企业行为的重要因素之一。宝洁在世界各地都有分公司，它们总是根据各国不同的风俗习惯，适时调整自己的产品种类和服务内容，从而获得当地消费者的喜爱。

不好的做法

千篇一律地对待一切消费者，忽视客观环境对企业带来的影响，这样只会让环境带来的机会变成威胁。

刻舟求剑

——随环境而变

有一个楚国人出门远行。他在乘船过江的时候，一不小心，把随身带的剑落到江中的急流里去了。船上的人都大叫："剑掉进水里了！"

这个楚国人马上用一把小刀在船舷上刻了个记号，然后回头对大家说："这是我的剑掉下去的地方。"

众人疑惑不解地望着那个刀刻的印记。有人催促他说："快下水去找剑呀！"

楚国人说："慌什么，我有记号呢。"

船继续前行，又有人催他说："再不下去找剑，这船越走越远，当心找不回来。"

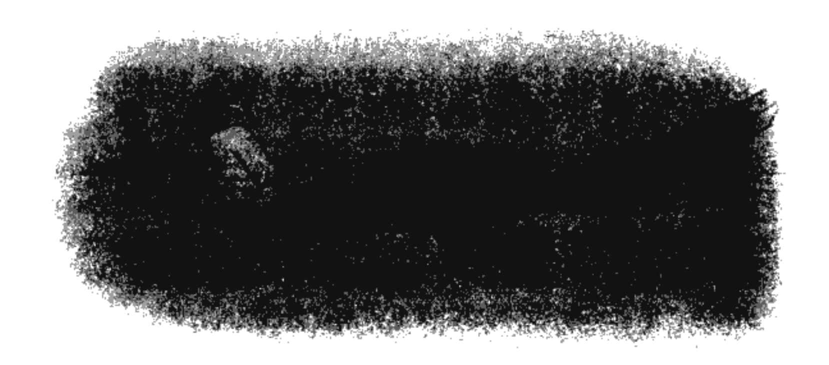
楚国人依旧自信地说："不用急，不用急，记号刻在那儿呢。"

直至船行到岸边停下后，这个楚国人才顺着他刻有记号的地方下水去找剑。可是，他怎么能找得到呢?

船上刻的那个记号是表示这个楚国人的剑落水瞬间在江水中所处的位置。掉进江里的剑是不会随着船行走的，而船和船舷上的记号却在不停地前进。等到船行至岸边，船舷上的记号与水中剑的位置早已对不上号了。这个楚国人用上述办法去找他的剑，不是太糊涂了吗?

分 析

这个楚国人真是非常愚蠢，看到船在移动，就想当然地以为剑也跟着移动，殊不知这种



刻舟求剑的办法只会让自己离剑越来越远，更加难以找到掉到江里的剑。像他这样用机械的方法看待变化了的事物，一定不会有正确的行动，也不会达到预期的结果。

理论延伸

企业市场营销环境包括微观环境和宏观环境，它总是处在不停的变化当中，企业必须跟随环境的变化及时做出调整。

微观环境包括企业本身及其竞争者和各种公众。这些力量都会影响企业为其目标市场服务的能力。宏观环境是指那些给企业造成市场机会和环境威胁的主要社会力量，包括人口环境、经济环境、自然环境、技术环境、政治环境、法律环境以及社会和文化环境等。

好的做法

1999年珍奥由于某一营销老总的错误决策导致营销班底一夜崩盘，全国的市场几乎瘫痪。微观环境的变化促使珍奥改走专卖店的线路，实施一段时间后发展势头相当好，在半年内即达千余家。但2001年的“核酸风波”是营销环境的又一次巨变，这也直接导致珍奥核酸进行了另一次营销革命——由地上转入地下，并开始实施CRM数据库营销。珍奥将消费者当作自己的员工一样培养起来，同时消费者回报珍奥核酸的则是高度的满意度与忠诚度。珍奥在不断变化的营销环境下采用不同的营销方式，在创造丰厚利润的同时，还打造了珍奥的核心竞争力。

不好的做法

有些企业不顾外部营销环境的变化，依然我行我素，按照企业老式的营销手段行事，这样就像刻舟求剑的楚国人一样，不可避免会遭受失败。最明显的是我国有些百年老品牌，发展到现在却不知道在技术、工艺、包装和营销手法上与时俱进，于是慢慢走上衰落之路。

南郭将军守城

——营销需要理论，但是光有理论是远远不够的

南郭将军熟读兵书，各种战术都能倒背如流，每次跟皇上讨论军事战略问题，都讲得头头是道，皇帝特别器重他。后来敌国犯境，皇帝立马想到派南郭将军去镇守边疆的一座城。

南郭将军率领大部队很快就到达战场。第二天，敌国在城外叫战，南郭将军没有出去迎战，而是命令属下在城楼上放一把瑶琴，吩咐城里的人都不要声张、按兵不动，然后他就坐在城墙上，开始弹琴，等一切都准备好后，南郭将军命令把城门打开。

敌军看见城门是开着的，立刻攻入城去，没过多久就把整座城都占领了，还俘虏了南郭将军。被俘的南郭将军很纳闷："兵书上明明写着诸葛亮不用一兵一卒，仅在城墙上弹琴就把敌军的百万大军击退了，为什么我的空城计就不能成功呢，我的确是按照兵书上写的进行布阵的啊。"

分 析

三国时诸葛亮以空城计击退百万大军的确是历史上出名的战术，而南郭将军用这个计谋却输了整个城池，自己也成了阶下囚。同样的计谋，却产生完全相反的结果，最主要的原因是南郭将军只懂谈兵、不知打仗。很多时候，书本上所记述的每个战例都是特定历史时期采用的，所以光懂得理论知识还远远不够、还要有丰富的实践经验，两者结合才能达到最好的效果，否则就会像寓言中的南郭将军那样：输了城池，丢了性命。

理论延伸

面对众多的营销理论，营销人员也要注意鉴别和选择。我国的营销理论和实践发展都比较滞后，面对西方众多的营销理论和营销操作方法，我们该怎么选择，怎么使用？这是摆在中国营销人面前的一道难题。

从加入WTO后的竞争角度来看，完全西化的做法在中国不会像过去那么风光，"土八路"式的中国做法也不会像过去那样有效，两者的融合将是中国营销舞台中唱主角的模式。海外留学归来人员尽管对海外的营销模式非常熟悉，但如果缺乏创新能力、接纳能力，仅用教条化的方式来面对中国市场，将不能适应中国市场的需求。那些已经在国内立足并且具有海外视野的人将是中国加入WTO后最具竞争力的人。

好的做法

海尔和摩托罗拉都是相当成功的企业，但它们所走的品牌之路迥然不同。就海尔来说，品牌就是一场大规模的促销运动——要让每个人都对海尔的名字琅琅上口。但对摩托罗拉而言，品牌是要在目标消费者心目中建立起认知价值和品牌偏好的一场战略运动。海尔运用的是战术，而摩托罗拉运用的则是战略。海尔没有照搬外国的营销做法，取得了成功。

不好的做法

过去企业都奉行这样一个教条：广告做得多，营销不愁上不去。许多保健品确实也都是靠广告走红。海王金樽也沿用了这个老办法，在全国范围进行高频度广告投放，但是当海王在全国性媒体上发威之时，海王金樽在某些市场的销量却出奇的惨淡。

空中楼阁

——营销变革更适合采用渐进式

从前，有个有钱人，他生来愚蠢，又不愿意读书学习，却自以为是，骄傲得很，常常干出一些让人哭笑不得的事。

有一次，他到另一个有钱人家里去做客，见到人家的府第是一座三层楼的楼房，高大威风，又宽敞壮丽，看上去很是阔气不说，站在三层楼上，还能看见远方美丽的景致，真是妙极了。他心下不禁十分羡慕，想道：要是我也有一幢这样的三层楼房，那该多好啊！我也可以站在我的三层楼上，喝茶观景，要多惬意就有多惬意！

要盖楼房，钱自然是不愁的。他回到家里，马上叫人请来泥瓦匠，吩咐道："给我建一座三层楼房，越快越好！"

于是泥瓦匠立刻开始动工，打地基、和泥、垒砖头，开始修建楼房的第一层。

有钱人天天跑到工地上去看，头几天地基打好了；又过了几天，垒了几层砖；再过几天，砖垒高了一点。有钱人想楼房都快想疯了，而今过了这么多天，他的楼房还没影子，实在等得不耐烦了，就跑去问泥瓦匠："你们这是建造的什么房子啊，怎么一点也不像我要的楼房呢？"

泥瓦匠答道："不是照您的吩咐在建楼房吗？这就是第一层了。"

有钱人又问："这么说，你们还要修第二层？"

泥瓦匠奇怪地回答："当然了，有什么问题吗？"

有钱人暴跳如雷，勃然变色道："蠢东西，我看中的是第三层，叫你们修的也是第三层，第一层、第二层我都有，还修它做什么？"

分 析

这个有钱人真是可气又可笑，没有第一、第二层楼房，哪里来第三层呢？做事情要踏踏实实，打好基础，否则我们的理想就好像这个有钱人的空中楼阁一样，永远是虚幻的东西。

理论延伸

营销变革也跟造房子一样，不能一蹴而就，而要踏踏实实从基础做起；有了第一层才能建第二层，建好第二层才能建第三层。我国许多企业的营销方式陈旧过时，需要引进新的理念和机制，需要进行革新。但革新并不是革命，它是渐进的、温和的，循序渐进地依照规律一步一步进行的。

我国企业的营销革新将是一条漫长的探索之路，要达到目标更需付出加倍的心力。这并

不是说要抛弃固有的一切，实施急剧的变革，强制性地套用西方所谓的流行营销理论。如果企业领导不能明确营销的方向并有效支配各种资源去达到这一目标，脱胎换骨的疗法很可能摧毁企业的原有竞争力，会把历经数年建立起来的营销关系网撕得粉碎，从而使过去的心血付诸东流，并使顾客、客户和员工迷失方向，导致企业走向衰败。

好的做法

一般来说，流行服饰款式的变化是渐进式的。顾客购买服装只是为了补充或更新现有的衣服，如果新款式与现行款式太离谱，顾客就会拒绝购买。因此，迪奥等品牌更关注“目前流行款式”，并以此为基础来创新设计。

不好的做法

与渐进式的营销变革相对，还有一种就是爆发性的营销革命。它的实现前提是“先破坏”，而后“再建设”。但是往往因为在建设行动前的破坏力过于强大，而且又不能保证能将问题一次性圆满解决，所以在实际操作中往往是旧的问题还没有解决而新的问题已经不断地产生。

人生寓言



最宝贵的财富

——自己是最宝贵的财富

有一个年轻人，父母双亡，孤身一人，从小给地主家放牛，没有读过一天书。在他20岁时，地主给了他自由，却没有给他一分钱。青年人十分愁苦，不知道下一步该怎样养活自己。

他来到了庙里，问一位德高望重的老僧道："我一无所有，该怎么办呢？"

老僧说："我给你一万两金子，换你的一只耳朵，你答应吗？"

青年人坚决地摇头，说："不答应。"

老僧又说："我给你两万两黄金，换你一双脚，你答应吗？"

青年人又摇头说："我不答应。"

老僧继续问："我用4万两黄金换你双手，你答应吗？"

青年人连连摇头，说："我绝不答应。"

老僧接着问："那么我用10万两黄金换你双眼，你答应吗？"

青年人说："无论用多少钱，我都不会答应。"

老僧说："年轻人，你已经拥有了这么多财富，还有什么可发愁的呢？"

年轻人思考了一会儿，终于醒悟。离开寺庙后，他花了10年时间学习经商之道，又花了10年时间办起自己的店铺，成了真正的百万富翁。

分 析

即使是一无所有，也不要灰心丧气，因为我们还拥有最宝贵的财富，那就是自己。凭借自己的智慧和努力，我们可以创造奇迹。

渔夫和金鱼

——过分贪婪将一无所有

从前，有个渔夫每天都去钓鱼。有一天，他又拿着钓竿来到海边钓鱼。忽然，钓钩猛地往下一沉，他急忙把钓钩拉上来，发现钓上来一条很大的金鱼。

金鱼对他说："渔夫，请你放了我吧。我并不是什么金鱼，我是中了魔法的王子。"渔夫说："一条会说话的金鱼，我怎么会留下呢？"说着，他就把金鱼放回水里。渔夫回到家把这件事告诉了他的妻子。

他的妻子问："难道你没有提什么愿望吗？"

"没有，"丈夫回答说，"我该提什么愿望呢？"

妻子说："快去告诉他我们要一幢小别墅，我肯定，他会满足咱们的愿望的。"

渔夫来到海边，他站在海岸上说："金鱼啊，我捉你放你没提愿望，老婆对此却不饶又不依。"

那条金鱼果真朝他游了过来，问道，"她想要什么？"

渔夫说："她不想再住在那个小屋子里了，她想要一幢小别墅。"

"回去吧，"金鱼说，"她已经有一幢小别墅啦。"

渔夫便回家去了，他妻子已不再住在那个破破烂烂的渔舍里，原地上已矗立起一幢小别墅，她正坐在门前的一条长凳上。

有一天，妻子突然说："这房子太小了，院子和园子也太小了。那条金鱼可以送咱们一幢更大一些的。我要住在一座石头建造的大宫殿里。快去找金鱼，叫它送咱们一座宫殿。"金鱼又满足了她的愿望。

第二天早晨，妻子又说："咱们难道不可以当一当这个国家的国王吗？快去找金鱼，说咱们要当国王。"

渔夫只得走了出去。一想到老婆非要当国王，他心里就感到特别担忧。他站在海边说："金鱼啊，我捉你放你没提愿望，老婆对此却不饶又不依。"

"她又想要什么呀？"金鱼问。

渔夫回答说："她要当国王。"

"回去吧，"金鱼说，"她的愿望已经实现了。"

渔夫回到家对妻子说："你现在真的当上了国王，往后咱们就不用再要什么了吧？"

"那可不行，"妻子回答说，"去找金鱼去，告诉它，我要控制太阳和月亮。"

渔夫无奈，又来到海边，对金鱼说了他妻子的愿望。

"回去吧，"金鱼说，"她又重新住进了那个破渔舍。"

就这样，他们一直在那儿生活到今天。

分 析

贪婪是人性中的一部分，但是，那些不善于控制自己的人往往会由正常的人性发展为过分贪婪，而过分贪婪的人必将惹祸上身、两手空空，甚至玩火自焚。

胆小的猎人

——危险和希望并存

从前，有个猎人，当别人上山打猎时他就待在自己家里。别的猎人猎到了兔子，就问他："你为什么不去打兔子呢？"

这个人回答说："兔子跑得快，我怕追不上。"

别的猎人又合力猎到了老虎，就问他："你为什么不去打老虎呢？"

这个人回答说："老虎太凶猛，我怕被吃掉。"

别人就和他说："你不敢追兔子，又不敢打老虎，那你不要做猎人了，还是做农民吧，这样就不用怕了。"

于是猎人就做起了农民。可是，当别人下地干活时，他还是待在自己家里。别的农户种

了高粱，就问他："你为什么不种高粱呢？"

这个人回答说："高粱怕涝，我怕雨水多。"

别的农户又种了水稻，问他："你为什么不种水稻呢？"

这个人回答："水稻怕旱，我怕天上不下雨。"

别人收获了棉花，又来问他："你为什么不种棉花呢？"

这个人很有道理地回答："我怕种了棉花生虫子啊！我要确保安全。"

分 析

歌德说："失掉了勇敢，就会失掉一切。"

成功的路上处处有风险，做每一个决策都要冒可能失败的风险，但就像达尔文说的那样，"幸运喜欢照顾勇敢的人"。危险和希望并存，风险越大，胜利越大。倘要创立惊人的业绩，必须敢于冒险。

狗的友谊

——真正的友谊不是建立在口头上

黄狗和黑狗吃饱了饭，躺在厨房外的墙脚边晒太阳，并彬彬有礼地攀谈起来。它们谈到人世间的各种问题、自己必须做的工作、恶与善，最后谈到了友谊的问题。

黑狗说："人生最大的幸福，就是能和忠诚可靠的朋友在一起生活，同甘苦，共患难。彼此相亲相爱，保护对方，使朋友高兴，让它的日子过得更加快乐，同时也在朋友的快乐里找到自己的欢乐。天下还能有比这更加幸福的吗？假如你和我能结成这样亲密的朋友，日子一定好过得多，就会连时间的飞逝都不觉得了。"

黄狗热情洋溢地说道："太好了，我的宝贝，就让我们做朋友吧！"

黑狗也很激动："亲爱的黄狗，过去我们没有一天不打架，我好几回都觉得非常痛心！真是何苦呢？主人挺好的，我们吃得又多，住的也宽敞，打架是完全没有道理的！来吧，握握爪吧！"

黄狗嚷道："赞成，赞成！"

两个新要好起来的朋友立即热情地拥抱在一起，互相舔着脸孔，高兴极了，它们高呼着："友谊万岁！让打架、嫉妒、怨恨都滚开吧！"

就在这时候，厨子扔出来一根香喷喷的骨头。两个新朋友立即像闪电似的向骨头直扑过去。友好和睦像燃烧的蜡烛一般熔掉了。"亲密"的朋友"亲密"地滚在一起，相互撕咬，搞得狗毛满天乱飞。直到一桶凉水浇到它们背上，才把这一对宝贝拆开了。

分 析

真正的友谊不是建立在口头上的，不是互相吹捧，应该是真心相助、不求回报的。

狮子、狐狸与鹿

——不应爱慕虚荣

狮子生了病，睡在山洞里。他对一直与他亲密要好的狐狸说道：“你若要我健康，使我能活下去，就请你用花言巧语把森林中最大的鹿骗到这里来，我很想吃它的血和心脏。”

狐狸走到树林里，看见树林里欢蹦乱跳的大鹿，便向它问好，并说道：“我告诉你一个喜讯。你知道，国王狮子是我的邻居，它病得很厉害，快要死了。它正在考虑，森林中谁能继承它的王位。它说野猪愚蠢无知，熊懒惰无能，豹子暴躁凶恶，老虎骄傲自大，只有大鹿才最适合当国王，鹿的身材魁梧，年轻力壮，它的角使蛇惧怕。我何必这么啰嗦呢？你一定会成为国王。这消息是我第一个告诉你的，你将怎样回报我呢？如果你信任我的话，我劝你快去为它送终。”

经狐狸这么一说，鹿给搞糊涂了，便走进了山洞里，丝毫没有想会发生什么别的事情。狮子猛然朝鹿扑过来，用爪子撕下了它的耳朵。鹿拼命地逃回树林里。狐狸辛辛苦苦白忙一场，它两手一拍，表示毫无办法了。狮子请求狐狸再想想办法，用狡计把鹿再骗来。狐狸说：“你吩咐我的事太难办了，但我仍尽力去帮你办。”于是，它像猎狗似的到处嗅，寻找鹿的脚迹，心里不断盘算着坏主意。狐狸问牧人们是否见到一只带血的鹿，他们告诉它鹿在树林里。

这时，鹿正在树林里休息，狐狸毫不知羞耻地来到它的面前。鹿一见狐狸，气得毛都竖了起来，说：“坏东西，你休想再来骗我了！你再靠近，我就不让你活了。你去欺骗那些没经验的人，叫他们做国王。”狐狸说：“你怎么这样胆小怕事？你难道怀疑我，怀疑你的朋友吗？狮子抓住你的耳朵，只是垂死的它想要告诉你一点关于王位的忠告与指示罢了。你却连那衰弱无力的手抓一抓都受不住。现在狮子对你非常生气，要将王位传给狼。那可是一个坏国王呀！快走吧，不要害怕。我向你起誓，狮子绝不会害你。我将来也专伺候你。”狐狸再一次欺骗了可怜的鹿，并说服了它。

鹿刚一进洞，就被狮子抓住饱餐了一顿。狐狸站在一旁看着，鹿的心脏掉下来时，它偷偷地拿过来，把它当作自己辛苦的酬劳吃了。狮子吃完后，仍在寻找鹿的那颗心。狐狸远远地站着说：“鹿真是没有心，你不要再找了。它两次走到你家里，送给你吃，怎么可能有心呢！”

分 析

爱慕虚荣的人，自然就会忘了辨别真伪，结果就会给自己招来灭顶之灾。

蚂蚁学飞

——成功需要坚持不懈

很早以前，所有的蚂蚁都是会飞的。

这天，蚁后产了很多黑蚂蚁卵，不久这些卵就变成一只只小蚂蚁了。蚁后就对带头的那只黑蚂蚁说：“小蚂蚁长大了，你带着它们去学飞吧。”于是这只黑蚂蚁就带领其他的蚂蚁去学飞了。

它们在草地上试着张开翅膀，往上扑腾，可是没等它们的翅膀平衡，就从半空中掉下来了，摔下来的蚂蚁开始气馁了，就在那边不想飞。这时候蚁后走过来说：“失败并没有什么可怕的啊，要想学会飞，是要付出努力的，你们才摔了一次，以后还会有很多次呢。”黑蚂蚁们听了蚁后的话继续扑腾，可依然飞不起来，这次它们就干脆不学了，最后这群黑蚂蚁没有学会飞。



慢慢地，因为黑蚂蚁不能飞，翅膀用不上了，慢慢退化，于是地上就有了不会飞的蚂蚁。

分 析

停到半路比走到终点更痛苦！所以，我们在面对失败的时候实在应该好好想想，吸取教训，重新开始。因为，失败是成功之母，每经历一次失败就意味着离成功更近一步了。

老鼠去海边

——幸福不是轻易得来的

有一只老鼠告诉父母，它要去海边旅行。它的父母听后大声说道：“真是太可怕了！世界上到处充满了恐怖，你万万去不得！”

“我决心已定，”老鼠坚定地说，“我从未见过大海，现在应该去看看了。你们阻拦也没用。”

“既然我们拦不住你，那么，你千万要多加小心啊！”老鼠的爸爸妈妈忧心忡忡地说。

第二天天一亮，老鼠就上路了。不到一上午，老鼠就碰到了麻烦和恐惧。

一只猫从树后跳了出来，它说：“我要让你填饱我的肚子。”

这对老鼠来说真是性命攸关。它拼命地夺路逃命，尽管一截尾巴落到了猫嘴里，但总算是幸免一死。

到了下午，老鼠又遭到了鸟和狗的袭击，它不止一次被追得晕头转向、遍体鳞伤、又累又怕。

傍晚，老鼠慢慢爬上最后一座山，展现在它眼前的是一望无际的大海。它欣赏着拍打岸边的一个接一个翻滚的浪花。蓝天里是一片色彩缤纷的晚霞。

“太美了！”老鼠禁不住喊了起来，“要是爸爸和妈妈现在同我在一起共赏这美景该有多好啊！”

海洋上空渐渐出现了月亮和星星。老鼠静静地坐在山顶上，沉浸在静谧和满足之中。

分 析

无限风光在险峰！不经历风雨怎么能见彩虹！不经历千难万险是不会换取片刻真正的幸福的。

得意忘形的老虎

——不要被胜利冲昏头脑

从前有一个农夫，他的地在一片芦苇地的旁边。那芦苇地里常常有野兽出没，他担心自己的庄稼被野兽毁坏了，就总是拿着弓箭到庄稼地和芦苇地交界的地方去来回巡视。

这一天，农夫又来到田边看护庄稼。一天下来，没有什么事情发生，平平安安地到了黄昏时分。农夫见还安全，又感到确实有些累了，就坐在芦苇地边休息。

忽然，他发现芦苇丛中的芦花纷纷扬起，在空中飘来飘去。他不禁感到十分疑惑："奇怪，我并没有靠在芦苇上摇晃它，这会儿也没有一丝风，芦花怎么会飞起来的呢？也许是苇丛中来了什么野兽在活动吧。"

这么想着，农夫提高了警惕，站起身来一个劲地向苇丛中张望，观察是什么东西隐蔽在那里。过了好一会儿，他才看清原来是一只老虎，只见它蹦蹦跳跳的，时而摇摇脑袋，时而晃晃尾巴，看上去好像高兴得不得了。

老虎为什么这么撒欢呢？农夫想了想，认为它一定是捕捉到什么猎物了。得意忘形的老虎完全忘了注意周围会有什么危险，屡次从苇丛中跳起，将自己的身体暴露在农夫的视线里。

农夫悄悄藏好，用弓箭瞄准了老虎现身的地方，趁它又一次跃起，脱离了苇丛的隐蔽的时候，一箭射过去，老虎立刻发出一声凄厉的叫声，扑倒在苇丛里。

农夫过去一看，老虎前胸插着箭，身下还压着一只死獐子。

分 析

人生在世，千万不要被一时的胜利冲昏了头脑，一定要谨慎从事，否则，就会埋下灾祸的隐患。

家狗和狼

——自由最可贵

一条饥饿的瘦狼在月光下四处寻食，遇到了喂养得壮实的家狗。它们相互问候后，狼说："朋友，你怎么这般肥壮，吃了些什么好东西啊？我现在日夜为生计奔波，苦苦地煎熬着。"

狗回答说："你若想像我这样，只要学着我干就行。"

"真是这样？"狼急切地问，"什么活儿？"

狗回答说："就是给主人看家，夜间防止贼进来。"

"什么时候开始干呢？"狼说，"住在森林里，风吹雨打，我都受够了。为了有个暖和的屋子住、不挨饿，做什么我都不在乎。"

"那好，"狗说，"跟我走吧！"

它们俩一起上路，狼突然注意到狗脖子上有一块伤疤，感到十分奇怪，不禁问狗这是怎么回事。狗说："没什么。"狼继续问："到底是怎么回事？"

"一点点小事，也许是我脖子上拴铁链子的颈圈弄的。"狗轻描淡写地说。

"铁链子！"狼惊奇地说，"难道你是说，你不能自由自在随意地跑来跑去吗？"

"也不是，也许不能完全随我的心意，"狗说，"白天有时候主人把我拴起来。但我向你保证，在晚上我有绝对的自由；主人把自己盘子中的东西喂给我吃，佣人把残羹剩饭拿给我吃，他们都对我备加宠爱。"

"晚安！"狼说，"你去享用你的美餐吧，至于我，宁可自由自在地挨饿，也不愿套着一条链子过舒适的生活。"

分 析

享受不到安乐时，认为安乐比什么都重要，但是如果给你安乐，却剥夺了你的自由，你会认为自由是更可贵的。

屠夫遇狼

——不可轻敌

从前有一个在市场卖肉的屠户。有一天天色渐黑，屠夫挑着担子从市场上回家。肉都卖光了，竹筐里只剩下骨头。

在经过一片荒丘的时候，他听见背后有"沙沙"的声音，回头一看，有两只饿狼瞪着绿眼睛、呲着白牙，不紧不慢地跟着他。屠户走，狼也走；屠户停，狼也停。

屠夫吓得心颤肉跳，连忙从竹筐里丢出几根骨头，想把饿狼打发走。谁知一只狼啃着骨头停下来，另一只狼仍然尾随不舍。屠夫又丢出一根骨头，这只狼低头大啃，后面那只狼又舔着嘴巴追上来。可是没过一会儿，骨头就丢完了，两只狼看见屠夫不再扔骨头了，又并肩紧跟在他的后面。

屠夫急得浑身冒汗，惟恐狼从两面夹攻，自己就得腹背受敌，可能没命了。他急忙向四周打量，远远看见田野上有个打麦场，场上堆着高高的麦垛，像小山一样。他慌忙奔过去，背靠麦垛，扔下担子，手里举起明晃晃的割肉刀。

这一下，狼不敢轻举妄动，只好鼓着凶贪的眼睛盯着屠夫。相持了好一阵，有一只狼仿佛等不下去了，调转屁股远远走开了。另一只狼蹲在地上，好像疲倦了似的，慢慢合上眼睛，神态悠闲，打起瞌睡来了。说时迟，那时快，屠夫看到狼没有防备，"刷"地跳起来，冲到狼的跟前，一刀劈中狼头，又接连几刀，结果了这只狼的性命。

屠夫松了口气，转身回去拿担子刚想要走，忽然发现麦垛里面有东西在轻轻动弹。他悄悄绕到麦垛后面定睛一看，原来是先走开的那只狼正悄悄地拱进麦垛，身子已经进去一半

了，只露出半截屁股在外。屠夫放下担子，急忙上前，奋起一刀，将狼劈做两截。

屠夫这时才醒悟过来：原来一只狼佯装瞌睡，诱他麻痹，为另一只狼作掩护；另一只狼则假装远去，其实想拱进麦垛，从背后咬住他，多么狡黠啊！

分 析

与凶恶狡猾的敌人周旋，必须要万分的机警，切不可掉以轻心。

穿越沼泽地

——从众未必是安全的

一个人要穿过沼泽地，因为没有路，便试探着走。虽很艰险，左跨右跳，竟也能找出一段路来，可好景不长，未走多远，他不小心一脚踏进烂泥里，沉了下去。

又有一个人要穿过沼泽地，看到前人的脚印，便想：这一定是有人走过，沿着别人的脚印走一定不会有错。用脚试着踏去，果然实实在在，于是便放心走下去。最后也一脚踏空沉入了烂泥。

第三个人要穿过沼泽地，看着前面两人的脚印，想都未想便沿着走了下去，他的命运也是可想而知的。

第四个人要穿过沼泽地，看着前面众人的脚印，心想：这必定是一条通往沼泽地彼端的大道，看，已有这么多人走了过去，沿此走下去我也一定能走到沼泽的彼端。于是大踏步地走去，最后他也沉入了烂泥。

分 析

从众心理人皆有之，但以被动为前提的从众，势必使你失去独特价值。一味从众便意味着自己失去了一片晴朗的天空，抛却了一片属于自己的领地。再说，从众也未必是最安全的选择。

三个金人

——多听少说

曾经有个小国使臣到中国来，进贡了三个一模一样的金人，把皇帝高兴坏了。可是这小国同时出了一道题目：这三个金人哪个最有价值？皇帝想了许多的办法，请来珠宝匠检查，称重量、看做工，都是一模一样的。怎么办？使者还等着回去汇报呢。泱泱大国，不会连这个小事都不懂吧？最后，有一位老大臣说他有办法。皇帝将使者请到大殿，老臣胸有成竹地拿着三根稻草，插入第一个金人的耳朵里，这稻草从另一边耳朵出来了。第二个金人的稻草

从嘴巴里直接掉出来，而第三个金人，稻草进去后掉进了肚子，什么响动也没有。老臣说：第三个金人最有价值！使者默默无语，答案正确。

分 析

最有价值的人，不一定是最能说的人。老天给我们两只耳朵一个嘴巴，本来就是让我们多听少说的。善于倾听，才是成熟的人最基本的素质。

贪心蜈蚣

——欲望是个无底洞

据说上帝在创造蜈蚣时，并没有为它造脚，但是它仍可以爬得和蛇一样快速。有一天，它看到羚羊、梅花鹿和其他有脚的动物都跑得比它还快，心里很不高兴，便嫉妒地说："脚越多，当然跑得越快。"

于是，它向上帝祷告说："上帝啊！我希望拥有比其他动物更多的脚。"

上帝答应了蜈蚣的请求，就把好多好多脚放在蜈蚣面前，任凭它自由取用。

蜈蚣迫不及待地拿起这些脚，一只一只贴到身上，从头一直贴到尾，直到再也没有地方可贴了，它才依依不舍地停止。

它心满意足地看着满身是脚的自己，心中暗暗窃喜：现在我应该可以像箭一样飞出去了！

但是，等它一开始要跑步时，才发觉自己完全无法控制这些脚。这些脚劈里啪啦地各走各的，它非得全神贯注，才能使一大堆脚不致互相绊跌而顺利地往前走。

这样一来，它走得比以前更慢了。

分 析

当欲望产生时，再大的胃口都无法填满。然而，贪多的结果真的是最好的吗？学习接纳自己、欣赏自己，使我们能从欲念的无底深渊中得到释放与自由。

身临险境

——心态平和会绝处逢生

有一个人在森林中漫游的时候，突然遇见了一只饥饿的老虎，老虎向他猛扑上来。

他用最大的力气和最快的速度逃开，但是老虎紧追不舍。他被老虎逼入了断崖边上。

站在悬崖边上，他心想：与其被老虎活活咬死，还不如跳入悬崖，说不定还有一线生机。

他纵身跳入悬崖，非常幸运地卡在一棵树上。那是一棵长在断崖边的梅树，树上结满了

梅子。

正在庆幸时，他听到断崖深处传来吼声，原来崖底有一只凶猛的狮子正抬头望着他。狮子的声音使他心颤，而更不妙的是，他转头看见一黑一白两只老鼠，正用力地咬着梅树的树干。

他经过一阵惊慌，很快又平静了："被老鼠咬断树干跌死，总比被狮子咬好吧？"

于是，他索性对身边的危险置之度外，不理不问。看到梅子长得正好，就采了一些吃起来。他觉得一辈子从没吃过那么好吃的梅子。

他心想：既然迟早都要死，不如在死前好好睡上一觉吧！

他为自己找到一个三角形的枝桠，在树上沉沉地睡去。

一觉醒来，他发现黑白老鼠不见了，老虎、狮子也不见了。

他顺着树枝，小心翼翼地攀上悬崖，终于脱离险境。

原来就在他睡熟的时候，饥饿的老虎按捺不住，跃下悬崖。黑白老鼠听到老虎的吼声，惊慌逃走了。跳下悬崖的老虎与崖下的狮子经过激烈打斗，双双负伤而逋。

分 析

在漫长的人生当中，我们会经常遭遇最坏的结果，甚至是绝境，只要我们心态平和，就会绝处逢生。其实没有什么事是挺不过去的。失败了又怎样？最坏的结果不过是退回到原处，可是我们还增加了不少工作经验和人生体验呢。

你自己最伟大

——正确认识自己的价值

一个小老鼠从一间房子里爬出来，看到高悬在空中、放射着万丈光芒的太阳。它禁不住说："太阳公公，你真是太伟大了！"

太阳说："待会儿乌云姐姐出来，你就看不见我了。"

一会儿，乌云出来了，遮住了太阳。

小老鼠又对乌云说："乌云姐姐，你真是太伟大了，连太阳都被你遮住了。"

乌云却说："风姑娘一来，你就明白谁最伟大了。"

一阵狂风吹过，云消雾散，一片晴空。

小老鼠情不自禁道："风姑娘，你是世界上最伟大的了！"

风姑娘有些悲伤地说："你看前面那堵墙，我都吹不倒呀！"

小老鼠爬到墙边，十分景仰地说："墙大哥，你真是世界上最伟大的了。"

墙皱皱眉，十分悲伤地说："你自己才是最伟大的呀，你看，我马上就要倒了，就是因为你的兄弟在我下面钻了好多的洞啦！"

果真，墙摇摇欲坠，墙角上跑出了一只只的小老鼠。

分 析

我们每一个人都是惟一的。所以，要正确认识自己的价值，对自己充满自信，不断发挥

自身的潜力，才能将我们生存的意义充分体现出来。

天堂与笼子

——与人交流很重要

上帝问一只被囚在笼中的画眉鸟："我带你到天堂去吧？"

画眉说："为什么呢？"

上帝说："天堂宽敞明亮，不愁吃喝。"

画眉说："可我现在也很好啊。我吃喝拉撒全由主人包办，风不吹头雨不打脸，还天天都能听主人说话唱歌。"

"可是你自由吗？"上帝说。

画眉沉默了。

于是，上帝以胜利者的姿态把画眉带到了天堂。他把画眉安置在翡翠宫里住下，便忙着处理各种事务去了。

一年后，上帝突然想起了画眉，便去翡翠宫看它，他问画眉："啊，我的孩子，你过得还好吗？"

画眉答道："感谢上帝，我活得还好。"

"那么，你能谈谈在天堂里生活的感受吗？"上帝真诚地说。

画眉长叹一声，说："唉，这里什么都好，只是这笼子太大了，怎么飞也飞不到边。"

分 析

人生若是没有相互交流和相互欣赏，即使身在天堂，也注定找不到快乐、自由的感觉，更不要说幸福了。

掩耳盗铃

——不可自欺欺人

春秋时侯，晋国贵族智伯灭掉了范氏。有人趁机跑到范氏家里想偷点东西，他看见院子里吊着一口大钟。

钟是用上等青铜铸成的，造型和图案都很精美。小偷心里高兴极了，想把这口精美的大钟背回自己家去。可是钟又大又重，怎么也挪不动。他想来想去，只有一个办法，那就是把钟敲碎，然后再分别搬回家。

小偷找来一把大锤，拼命朝钟砸去，"咣"的一声巨响，把他吓了一大跳。小偷着了慌，心想：这下糟了，这种声音不就等于是告诉人们我正在这里偷钟吗？他心里一急，身子一下子扑到了钟上，张开双臂想捂住钟声，可钟声又怎么捂得住呢！钟声依然悠悠地传

向远方。

他越听越害怕，不由自主地抽回双手，使劲捂住自己的耳朵。“咦，钟声变小了，听不见了！”小偷高兴起来，“妙极了！把耳朵捂住不就听不见钟声了吗！”他立刻找来两个布团，把耳朵塞住，心想，这下谁也听不见钟声了。于是就放手砸起钟来，一下一下，钟声响亮地传到很远的地方。人们听到钟声蜂拥而至，把小偷捉住了。

分 析

“若想人不知，除非己莫为”。愚蠢自欺的掩饰行为除了会暴露自己做贼心虚外，还会造成自己对外界的感知能力的迷失。

狼的陷阱

——害人终害己

一只狼躲在一个山洞里，等待着猎物的到来，但是，好长时间过去了，也未见猎物的踪影。狼想，这一定是陷阱布置得缺少诱惑力，于是，狼采集了一些鲜嫩的青草，沿路撒着，一直延伸到洞里。

狼继续隐藏在洞口等待着猎物，果然一只山羊吃着草走了过来，钻进了洞里。狼大喜，扑上前去，将洞封住，山羊情急下向洞的深处跑去，最后竟然从后面的一个小洞逃走了。

狼十分懊丧，它将洞内所有的出口巡视一番后又全部堵住，然后又躲在洞口等待猎物。一会儿，传来了一阵脚步声，一群持枪的猎人蜂拥而入，因洞内所有的出口全被堵住，狼只得束手就擒。

分 析

陷阱通常都是为别人准备的，可后来往往掉到陷阱里的偏偏又是挖陷阱的人。

郢书燕说

——不要自作聪明

有个人从楚国的郢都写信给燕国的相国。他在晚上写信时，觉得烛光不太亮，就对在一旁端蜡烛的仆人说：“举烛。”他嘴里说着举烛，也随手把“举烛”两个字写到信里去了。

燕相收到信以后，看到信中“举烛”这两个字，琢磨了半天，自作聪明地说，这“举烛”二字太好了。举烛，就是倡行光明清正的政策；要倡行光明，就要举荐人才担任重任。燕相把这封信和自己的理解告诉了燕王，燕王也很高兴，并按燕相对“举烛”的理解，选拔贤能之才，治理国家。燕国治理得还真不错。

国家虽然治理好了，但“举烛”二字的确不是信中的原意。现在有些学者研究问题，也大都和这位相国差不多。

分 析

把讲不通的硬要讲通；把不相干的事硬拉在一起，除了给人留下无知的印象，让人耻笑外，恐怕不会有人认为它是一个高明之举。

迂儒救火

——迂腐误大事

赵国人成阳堪家的房子着了火，想要扑灭，却没有梯子上房。他连忙打发儿子成阳朒到奔水先生家去借梯子。

成阳朒衣帽穿戴得整整齐齐，很从容地迈着方步去了。见到奔水先生以后，他彬彬有礼地连作了三个揖，然后跟着主人缓步登堂入室，在西面柱子之间的席位上坐下，一声不响。奔水先生让家人设宴招待。酒席上，主人向成阳朒敬酒，成阳朒起立，举着酒杯，慢慢喝下，并回敬主人。酒喝完了，奔水先生问道：“您光临寒舍，请问有什么吩咐呢?”成阳朒这时才开口说明来意：“上天给我家降下大祸，发生了火灾，烈焰正在熊熊燃烧。想上房浇水灭火，无奈两肘之下没生双翼，一家人只能望着着火的房子哭喊。听说您家里有梯子，何不借我用用呢?”奔水先生听了，急得跺着脚说：“您怎么这样迂腐呢!您怎么这样迂腐呢!要知道，在山上吃饭遇到猛虎，必须赶紧吐掉食物逃命；在河里洗脚看见鳄鱼，应该马上弃掉鞋子跑开。房子已经着了火，是您在这里作揖打拱的时候吗?”

奔水先生急忙命人抬上梯子跟他回去。等他们赶到时，房子早已化为灰烬了。

分 析

学问学多了如果不善加运用，就会变得非常的迂腐，甚至连基本的人世常识、人情伦理都忘却了。

牧羊人与断角羊

——掩饰不能解决问题

有一天牧羊人把一群山羊赶到绿草如茵的山坡上去吃草。

山羊同往常一样各自分散开，埋头吃着青草，而牧羊人则躺在一棵大树底下，吹奏他心爱的笛子。

中午时分，牧羊人从一只小布袋里取出面包和奶酪，吃饱了肚子，又走到清泉边喝足了

水，然后躺下睡觉。

牧羊人醒来时，太阳快要下山了。他赶紧爬起身吆喝着，把分散的一只只山羊召集起来。可是数来数去总是少一只。最后，他看见那只掉队的山羊站在一块高耸的大岩石上。牧羊人冲着它吹了一声口哨，可是那只山羊就像没有听见一样。

牧羊人不禁火冒三丈，从地上捡起一块石头朝那只山羊掷去，他只是想吓唬一下那只山羊，让它快点从岩石上下来。没有想到，牧羊人投掷得那样准，那块石头竟击中了山羊的一只角。也许是他用力太大的缘故，那只角顿时断成了两截。

牧羊人一时不知所措，因为他知道，要是他的主人发现了，肯定会怪罪他没有尽心尽力放牧好羊群，不知会怎样惩罚他呢，说不定还会因此把他赶走。

在绝望中，牧羊人央求那只山羊，说："亲爱的山羊，请你帮帮我的忙，不要告诉我的主人你今天的遭遇，要不我就完蛋了！"

"你放心吧，我保证不会告状！"山羊回答说，"但是，我怎么能遮掩得住我的遭遇呢？所有人都会清楚地看到我的一只角断了。"

分 析

出了问题，逃避是无济于事的，掩饰、遮盖都是徒劳无功的。针对问题，想一些切实可行的办法，才是解决问题的正确态度。

五十步笑百步

——不要只挑剔别人，也要看到自己的缺点

孟子为了推行自己的一套治理国家的政治主张，来到了魏国首都大梁(今河南开封)，拜见了魏国的国君梁惠王。一天，梁惠王同孟子谈到如何治理国家时，诉起苦来："我对于国家，真是尽心尽力了。比如说，河内遭了灾，就把一部分人民迁到河东去，同时把河东的粮食运往河内，让老百姓有吃有喝。河东遭了灾也是这样。我考察过邻国的政治，没有像我这样用心的。但邻国的百姓不减少，我的百姓不增多，这是为什么呢?"

孟子看他愁眉苦脸、迷惑不解的样子，笑着回答说："大王喜欢打仗，就让我用战争来



打个比方吧。两军交战，战鼓咚咚敲响，双方刀枪刚一接触，就有士兵丢盔弃甲拖着武器向后逃跑。有的人一口气跑了一百步才停下来，有的只跑了五十步就站住了。跑五十步的嘲笑跑一百步的说：‘你们这些胆小鬼，跑得可真快呀！’大王您说他们骂得有理吗？”

梁惠王忙说：“毫无道理！那些人只不过没跑到一百步就是了，但同样也是逃跑嘛，凭什么嘲笑跑一百步的！”

孟子接着说：“大王如果懂得这个道理，就知道您的魏国并不比别的国家强多少，那就不要再希望你的百姓比邻国多了。”

分 析

和别人有同样的缺点错误，如果仅在程度上有差别，不但不值得高兴，反而该反观自己，检讨错误。

狮猫斗大鼠

——遇到强敌，应避其锐气

明朝万历年间，皇宫中有只老鼠，身体差不多和猫一样大，危害很大。皇帝派人到民间寻找好猫来捉它，可是，找来的猫总是被老鼠吃掉。这时，恰好外国进贡了一只狮猫，毛白如雪。人们把它放进那恶鼠横行的屋子里，关上门，躲起来偷偷地观看。只见狮猫蹲伏在那里，一动也不动，那老鼠探头探脑地从洞里爬出来，它一发现猫，便狂怒地向猫扑过去。猫避开它，跳上了案子，老鼠也跟着跳上去，猫又一跳而下。就这样反反复复，不止百次。大家都以为猫胆小害怕，是个没有什么能耐的家伙。不久，老鼠跳跃奔腾渐渐地迟缓了，挺着个大肚子一起一伏，喘着粗气，只得蹲在地上稍稍休息。这时，狮猫飞快跳下，伸出两只利爪狠狠揪住老鼠头顶上的毛，嘴巴咬住老鼠的脑袋。那狮猫同老鼠扭成一团，猫儿发出“呜呜”的叫声，老鼠发出凄厉的“啾啾”声。大家急忙打开门看，原来鼠的脑袋早已被它嚼碎了。这时人们才知道，狮猫避开老鼠并不是胆怯，而是为了等待老鼠疲惫懈怠的时机，再加以进攻。

分 析

遇到强敌时，避其锐气，击其惰时，不失为智慧之举。

后弈射箭

——不要患得患失

夏王让后羿对准一块一尺见方、靶心直径为一寸的兽皮箭靶射箭。他对后羿说：“你射

这个靶心，射中了，就赏给你一万金；射不中，就剥夺你的千里封地。”后羿听了面色变化不定，红一阵，白一阵，呼吸异常急促。就这样，他拉开弓瞄准了靶心，第一箭射出去，没有射中；再射一箭，又没有射中。

夏王便问保傅弥仁：“这个后羿呀，平常射箭，百发百中，可是这次跟他定了赏罚的条件，就射不中了，这是为什么呢？”保傅弥仁回答说：“像后羿这种情况，欢喜与恐惧的心理成为他的灾害，万金的赏赐成了他的祸患了。如果一个人能够丢掉欢喜和恐惧的矛盾心理，去除万金赏赐的私心杂念，那么，普天下的人们便都能成为不输于后羿的神射手！”

分 析

没得到时，担心得不到；得到了，又担心失去。这样患得患失，必然会分散注意力，影响正常的水平发挥，其结果可想而知。

聪明虾

——放弃是一种智慧

从前，有两条分别叫做百聪明和千聪明的鱼和一只叫做一聪明的虾，共同住在一个池塘里，它们是无话不谈的好朋友。这三个伙伴常常在水边一起“吟诗作赋”，享受畅谈的乐趣，然后再一同回到水里。有一天，太阳快落山的时候，几个手里拿着渔网的渔夫看到了正在谈话的它们三个，说道：“哎呀，这个池塘看起来有不少鱼，明天早晨我们就到这里来，一定有好收获。”然后，渔夫就回家去了。

三个好朋友听了这话，犹如晴天霹雳，立刻商量起来。虾说：“伙计们，怎么办呀？逃跑，还是待着不动？”听了虾的话，百聪明很有把握地笑笑说：“朋友，不要怕，只是随口说的话，依我的聪明，把我们都救出去绝不是难事。因为在水里的各种游法我都会。”千聪明说：“对！百聪明说得对，只是一言半语，我们不能放弃祖先传下来的生活之地，我会用我的聪明救大家的命。”虾对两个朋友的话不以为然，坚定地说道：“我只有一个办法:我要逃走。今天夜晚我就带上我的老婆和孩子到其他的池塘去，你们好自为之。”夜里，虾连夜携家带口地逃走了。次日清晨，那些渔夫果然来了，他们在池塘四处下网，水里所有的鱼、螃蟹无一幸免，尽管百聪明和千聪明努力运用一些特别的游泳技术救自己的命，但最后它们还是落到网里去了。

到下午，渔夫高兴地回家了。千聪明很重，一个人就把它顶在头上，另外一个人把百聪明拴起来，提在手里。一聪明和老婆一块待在池塘边，看着不听劝的好朋友惨遭不幸，也无可奈何。三个好朋友中，惟一保住性命的就是它：一只叫做一聪明的虾。

分 析

放弃是一种智慧。犹如车子陷进泥沙、或车轮在冰雪中停滞不前，只有先慢慢后退，才能再重新往前开。所以有时为了前进，必须倒转方向。

纪昌学射箭

——勤学苦练才能成功

甘蝇是古时候有名的神箭手，他把弓一拉开，野兽就被射倒在地上，飞鸟就被射了下来。徒弟飞卫跟着甘蝇学射箭，本领更超过了他的老师。有个叫纪昌的又跟飞卫学射箭。飞卫对他说："你要先练习不眨眼睛，然后才可以谈射箭。"

纪昌回到家里，仰面躺在妻子的织布机底下，睁大眼睛，死盯着一上一下的脚踏板。两年之后，即便是锥子的尖头刺到他眼眶里，他的眼睛也不会眨一眨。纪昌把自己练功的经过告诉了飞卫。飞卫说："功夫还没到家，还必须锻炼视力才行。能把小的东西看得很大，把模糊的东西看得非常明显，然后再告诉我。"

纪昌回去就用牦牛毛系上一只虱子悬挂在窗户上，面朝南，目不转睛地望着它。过了十多天，看见虱子渐渐变大了；三年之后，看那虱子竟有车轮那么大，这时再看其他比虱子大的东西，都好像小山丘一样大了。纪昌于是就用北方燕国牛角造的弓，南方楚国出产的箭，去射那虱子，不偏不倚正穿过了虱子的中心，而悬挂虱子的牛毛并没有射断。他把这情况告诉飞卫，飞卫高兴得跳起来，激动地说："你把射箭的门道真正掌握了!"

分 析

不经过勤学苦练，就想练成一身本领，恐怕比登天还难。

惊弓之鸟

——要掌握知识

战国时魏国有一个有名的射手叫更羸。一天，更羸与魏王在高台下面，看见天上有一只大雁正飞过来，更羸对魏王说："大王，我可以不用箭，只要把弓拉一下，就能把天上飞着的鸟射下来。"魏王有点不相信地问："难道你射箭的本领可以达到这样的地步?"更羸说道："可以。"

只见更羸一手托着弓，另一只手拉了一下弦，那大雁便应声从空中掉了下来。魏王看到后大吃一惊，说道："射鸟的本领竟然能达到这样的地步?"更羸笑着对魏王讲："没什么，这是一只受过箭伤的鸟。"魏王不解地问："你是怎么知道的呢?"更羸继续对魏王说："这只大雁飞得很慢，叫声悲惨。飞得慢，是因为它旧伤口作痛；叫声悲惨，说明它离开群雁很久了。它旧伤没有痊愈，而害怕的心理还没消失，所以听到弓弦的声响，猛地向上高飞，引起旧伤迸裂，就从空中落了下来。"

分 析

渊博的知识，丰富的经验，正确的推理，理智的分析，用这些方法去认识事物，肯定会

达到入木三分的效果。

黎丘老丈

——要善于分辨真假

梁国的北面有个黎丘乡，那一带有个鬼怪，经常装扮成乡人的子侄、兄弟的模样。有一天，一位老人在集市上喝醉了酒往家走，在半路上碰到了扮做自己儿子模样的黎丘鬼怪。那鬼怪一边假意搀扶老人，一边左推右晃，让老人一路上受够了罪。

第二天，老人酒醒之后，想起自己醉酒回家时在路上吃的苦头，他气愤地对儿子说："我是你的父亲，我平日对你不够慈爱吗？你在路上那样折腾我，是为什么呢？"

他的儿子一听这话，感到十分委屈。他流着眼泪，伏在地上磕头说："这真是作孽呵！我哪能对您做这种不仁不义的事呢？昨天我到东乡找人收债去了。您如果不相信，可以到东乡去问清楚。"

老人相信了儿子的话。他左思右想，恍然大悟地说："对了，一定是人们常说的那个鬼怪干的！"他想：我明天还去集市上喝酒，再遇上那个鬼怪，我就杀了它。

第二天，老人在集市上又喝醉了酒，他一个人跌跌撞撞地往回走。他的儿子担心父亲在外醉酒回不了家，就沿着通往集市的那条路去接父亲。老人远远望见儿子向自己走来，以为又是上次碰到的那个鬼怪。等他的儿子走近的时候，老人拔剑刺了过去。这位老人由于被貌似自己儿子的鬼怪所迷惑，最终竟误杀了自己的亲生儿子。

分 析

人必须善于分辨真假，不要被假象所迷惑，假象带来的后果往往是最恶劣的。

孔雀爱尾

——不要本末倒置

雄孔雀的长尾巴，有着金黄和青翠的颜色和美丽动人的纹彩，任何画家也难以描绘。它生性爱忌妒，即使驯养了很久，一旦看见衣着华美的男女儿童，就一定要追逐着去咬他们。孔雀在山野停下来休息的时候，总要先找个地方把尾巴搁置好，然后才安身。天下雨了，打湿了它的尾巴，捕鸟人马上就要到来，它还是珍惜自己美丽的长尾，不肯飞走，最终被捕鸟人捉住了。

分 析

本末倒置很可能会将自己置于危险的境地。

鲷鱼和蝾螺

——自我膨胀会自吞恶果

一只鲷鱼和一只蝾螺在海中,蝾螺有着坚硬的外壳,鲷鱼在一旁赞叹说:“蝾螺啊!你真是了不起!一身坚强的外壳一定没人伤得了你。”蝾螺也觉得鲷鱼所言不差,正得意洋洋的时候,突然鲷鱼发现敌人来了,鲷鱼说:“你有坚硬的外壳,而我没有,我只能用眼睛看得很清楚,判断危险从哪个方向来,然后决定能够怎么逃走。”说着,它迅速游走了。此时此刻,蝾螺心里正在想,我有这么一身坚固的防护甲,没有人能够伤得了我啦!我还怕什么呢?便安静地等着。蝾螺等呀等,等了好长一段时间,也睡了好一阵子了,心里想:危险应该早已经过去了吧!于是探出头透透气,等它冒出头来一看,立刻被渔民捕到了。

分 析

过分封闭自己或者自我膨胀,都会失去自我成长的机会,自陷危险而不自知!面对改变,我们常常会觉得有些不习惯,或者感觉压力、恐惧,但这正是你成长的机会!

大王降祸

——警惕欺软怕硬的人

有一个樵夫走到山涧一条水沟边,沟里涨大水,无法过去。他看见旁边有一座神庙,就进去把神像拿出来,横放在水沟上走了过去。随后,又有一个人也走到这里,看见这种情形,连声叹息道:“对神像怎么敢这样亵渎呢!”他就把神像扶起来,用自己的衣服把它擦干净,双手捧着,送回到神座上去,拜了几拜才离开。庙里的小鬼对神像说:“大王住在这里做神明,享受村里人的祭祀,现在反而被这些无知的人侮辱,为什么不降祸惩罚他们呢?”神像说:“那么灾祸应当降到后来的那个人身上。”小鬼不解地说:“前一个人用脚践踏大王,再没有比这更严重的侮辱了,却不降灾祸给他。后来的那个人那样敬重大王,反要给他灾祸,这是为什么呢?”神像说:“头一个人已经不信神道了,我哪里还敢降灾祸给他呢?”

分 析

“欺软怕硬”用在这尊神像身上再恰当不过了。在现实生活中,这种人也不少,你越怕他,他越欺负你。所以,要对付这种人,就要比他还强硬。

古琴高价

——装腔作势只是自欺欺人

有个叫工之侨的人得到了一块上好的桐木，把它削制成一张琴。安上弦一弹，好像金玉合鸣之声，和谐动听。他自以为这是天下最好的琴了，就拿去献给朝廷的乐官。乐官请最出色的乐工验看了一番，乐工说："这不是古琴。"就把琴退给了工之侨。

工之侨把琴拿回到家里以后，和漆工商量，在琴上画了一些断断续续的花纹；又和雕刻工商量，在琴上刻了一些难辨的古字；然后用匣子把琴装起来，埋进土里。过了一年，挖出了匣子，把琴抱到市集上去卖。一个很显贵的人看到这张琴，立即出一百金买了去，献到朝廷上。乐官们小心地捧着琴，互相传看，都称赞说："这真是世上绝无仅有的珍宝呵！"

分 析

盲目崇古、好古者，其实并不识古。同样一把琴，只不过是改头换面了一下，就分不清了。可见，装腔作势的人多半都是在自欺欺人罢了。

狗猛酒酸

——小心恶"狗"当道

宋国有个卖酒的人。他买卖公平，待客殷勤，酒又酿得香醇，而且店铺门前高悬酒幌，却门庭冷落，没人光顾。时间长了，酿好的美酒卖不出去，变质发酸了。

他感到很奇怪，想弄清楚其中的原因。这天，他专程去向一个德高望重的老人请教。

老人说："这是因为你店铺里养的狗太凶恶了。"他不解地问："狗凶，酒为什么卖不出去？"老人说："人们都害怕呀！有的人打发自己的小孩，带上钱，拿上壶，去打酒。而你的狗龇牙咧嘴窜出来咬人，谁还敢到你这里来买酒呢？这就是你的酒卖不掉变酸的原因。"

分 析

恶人当道，有如"恶狗看门"，好的主张必定难以实施，贤良的人才也因此不会受到重用。

棘刺母猴

——不要被曲意迎合所蒙蔽

燕王喜爱那些精妙细微的玩艺儿，于是有个卫国人跑去对他说：“我能在棘刺的尖端刻一只母猴。”燕王一听高兴极了，立即赐给他五乘之地的俸禄。燕王说：“让我看一下你在棘刺尖上刻的母猴。”卫国人说：“大王要看它，必须半年不进后宫，不喝酒不吃肉，保持身心的洁净，在雨过天晴、半明半暗的一刹那间，凝神细看，才能看见棘刺尖上的母猴。”燕王为此白白养着这个卫国人，却难以看到他刻的母猴。

郑国有个铸造刀具的人告诉燕王说：“我是打制各种刀具的，您喜欢的各种细小的玩艺儿，都要用刻刀才能刻削成功；而用刻刀雕刻东西，所雕刻的东西一定要比刻刀尖大。现在棘刺的尖端根本容纳不下刻刀的刀锋，要在上面雕刻，就难以办到。您只要看看他的刻刀，也就知道他能不能在棘刺尖上刻猴了。”于是燕王对卫人说：“你用什么工具在棘刺上刻母猴呢?”卫人回答说：“用刻刀。”燕王说：“我想看一看你的刻刀。”卫人说：“请让我回住所去取来。”便乘机逃走了。

分 析

骗子的把戏是经不住推敲和考察的，虽然他很懂得投其所好。但是如果你被他的曲意迎合蒙蔽了双眼的话，恐怕就要受骗上当了。

睡着的狗

——要有防范意识

有条狗睡在羊圈前面。狼窥见后，冲上去袭击它，想把它吃掉。狗请求暂不要吃它，说道：“我现在还骨瘦如柴，你再等几天，我的主人要举行婚礼，那时我将吃得饱饱的，定会变得肥肥胖胖的，你再来吃不是更香些吗。”狼听信了狗的话，便放了它。过了几天狼再来时，发现狗已睡到了屋顶上，它便站在下面喊狗，提醒它记住以前的诺言。狗却说：“喂，狼呀，你若以后看见我睡在那羊圈前面，用不着再等婚礼了。”

分 析

俗话说：一朝被蛇咬，十年怕井绳。聪明的人是不会被同一块石头绊倒两次的；聪明人一旦脱离险境，终生都会有防范这种危险的意识。

楚王好细腰

——不以个人好恶决定亲疏远近



楚灵王喜欢在上朝时看到臣子们有如杨柳般婀娜多姿的细腰身，他认为只有这样才叫赏心悦目，能使满堂生辉。有些生得苗条柔弱的大臣还因此受到了楚灵王的赞美、提拔和重用。

这样一来，满朝的文武大臣们为了赢得楚灵王的欢心和宠信，便千方百计地实行减肥，拼命使自己的腰围变小。他们不约而同地注意节制饮食，强迫自己一天只吃一餐饭，为此经常饿得头昏眼花；有的大臣更是摸索出了一套快速减肥的绝招，那就是在每天早晨起床穿衣时，首先做几次深呼吸，挺胸收腹，然后将气憋住，再用宽带将腰部束紧。经过这样一番折腾之后，许多人便渐渐失去了独立支撑身体的能力，往往需要扶住墙壁才能勉强站立起来。

如此这般，经过整整一年的折磨以后，楚国的满朝文武官员们全都变成了面黄肌瘦、形容枯槁、弱不禁风的废物，这又怎么能担当得起治理国家、保卫疆土的重任呢？

分 析

上有所好，下必甚焉。楚灵王以个人的好恶决定亲疏，自然会引起下属的刻意逢迎。长此以往，势必酿出祸国殃民的大祸。

曲突徙薪

——要防患于未然

有位客人到某人家里做客，看见主人家的灶上烟囱是直的，旁边又有很多木材。客人告诉主人说，烟囱要改曲，木材须移去，否则将来可能会有火灾，主人听了没有作任何表示。

不久主人家里果然失火，四周的邻居赶紧跑来救火，最后火被扑灭了。于是主人烹羊宰牛，宴请四邻，以酬谢他们救火的功劳，但并没有请当初建议他将木材移走、烟囱改曲的人。

有人对主人说：“如果当初听了那位先生的话，今天也不用准备筵席，而且没有火灾的损失，现在论功行赏，原先给你建议的人没有被感恩，而救火的人却是座上客，真是很奇怪的事呢！”主人顿时省悟，赶紧去邀请当初给予建议的那个客人来吃酒。

分 析

俗话说："预防重于治疗。"要防患于未然，否则酿成大患晚矣。由此观之，问题的预防，应该是先于问题的解决。

七座金山的梦

——要有明确的目标

小海马有一天做了一个梦，梦见自己拥有了七座金山。从梦中醒来，小海马觉得这个梦是一个神秘的启示：它现在全部财富是七个金币，但总有一天，这七个金币会变成七座金山。

于是它毅然决然地离开了自己的家，带着仅有的七个金币，去寻找梦中的七座金山，虽然它并不知道七座金山到底在哪里。海马是竖着身子游动的，游得很缓慢。它在大海里艰难地游动，心里一直在想：也许那七座金山会突然出现在眼前。然而金山并没有出现。出现在眼前的是一条鳗鱼。鳗鱼问："海马兄弟，看你匆匆忙忙的，你干什么去?"海马骄傲地说："我去寻找属于我自己的七座金山。只是……我游得太慢了。""那你真是太幸运了。对于如何提高你的速度，我恰好有一个完整的解决方案。"鳗鱼说，"只要你给我四个金币，我就给你一个鳍，有了这个鳍，你游起来就会快得多。"海马戴上了用四个金币换来的鳍，发现自己游动的速度果然提高了一倍。海马欢快地游着，心里想，也许金山马上就出现在眼前了。

然而金山并没有出现，出现在海马眼前的，是一个水母。水母问："小海马，看你急匆匆的样子，你想要到哪里去？"海马骄傲地说："我去寻找属于我自己的七座金山。只是……我游得太慢了。""那你真是太幸运了。对于如何提高你的速度，我有一个完善的解决方案。"水母说，"你看，这是一个喷汽式快速滑行艇，你只要给我三个金币，我就把它给你。它可以在大海上飞快地行驶，你想到哪里就能到哪里。"海马用剩下的三个金币买下这个小艇。它发现，这个神奇的小艇使它的速度一下子提高了五倍。它想，用不了多久，金山就会马上出现在眼前了。

然而金山还是没有出现，出现在海马眼前的，是一条大鲨鱼。大鲨鱼对它说："你太幸运了。对于如何提高你的速度，我恰好有一套彻底的解决方案。我本身就是一条在大海里飞快行驶的大船，你要搭乘我这艘大船，你就会节省大量的时间。"大鲨鱼说完，就张开了大嘴。"那太好了。谢谢你，鲨鱼先生!"小海马一边说一边钻进了鲨鱼的口里，向鲨鱼的肚子深处欢快地游去……

分 析

混乱、模糊的目标，极可能使人陷入一种可怕的"浪漫主义"之中。也就是说，一个人如果没有明确的目标，没有"正业"，他就会滋生出很多零碎的爱好和荒诞无稽的"浪漫情怀"。

捕鸟高手

——良好的人际关系是成功的保证

两个捕鸟高手一起到林中捕鸟。这两人各凭本事，一展身手，隔了没多久的工夫，皆大有收获。这时候林中又来了许多捕鸟人，这些人已经到林中很久，还捕不到几只鸟，看到这两位高手轻轻松松就把很多鸟捕在网内，都非常羡慕。

这两位捕鸟高手的个性非常不同。其中一人孤僻而不爱搭理别人，独享捕鸟之乐；而另一位高手，却是个热心、豪放、爱交朋友的人。爱交朋友的这位看到别人捕不到鸟，就上前非常热心地说："这样吧！我负责教你们捕鸟，如果你们学会了我传授的诀窍，捕到大量的鸟，每十只就分给我一只，如果学不会，捕不满十只就不必给我。"双方一拍即合。这位高手就在这一群人中穿梭，教完这一个人，他又教另一个人。一天下来，这位热心助人的捕鸟高手，把所有时间都用于指导别人，自己没有时间捕一只鸟，获得的竟是满满一大箩鸟，还认识了一大群新朋友，备受尊崇。另一方面，同来的另一位高手，却没享受到这种服务于人的乐趣。当大家围绕着其同伴学捕鸟时，那人更显得孤单落寞，闷头捕了一整天，收获却远没有同伴的多。

分 析

良好的人际关系助人成功。一个人只要生活，只要工作，就要不断地和各种人打交道。所以，别只看到帮助别人损失了自己捕鸟的时间，其实损失掉的，自然会在日后加倍地补偿回来。

落魄的宝刀

——要物尽其用

废品站里，有一把没有刀柄的刀。其实这把刀原本是一把宝刀，跟随主人在战场上立下无数战功，后来沦落到了废品站。一个农夫看到这刀还算锋利，便花了几个钱买回家了。

农夫给宝刀安了刀柄，用它伐树、劈柴、修整栅栏。就这样，过了不到一年，宝刀就面目全非了，看上去像一把锈迹斑斑的铁锯，被农夫扔在屋外的角落里。有一天一只刺猬经过那里，看到了它。刺猬是宝刀的旧相识，它看到宝刀如今如此落魄，不禁生气地说："你怎么甘于做劈柴、砍树的事呢？难道你忘了自己是一把宝刀吗？"宝刀无奈地回答道："我也没有办法啊！只有在士兵的手里，我才是让敌人害怕的宝刀，而在这里，我只有一些农活可以做。我还是宝刀，只是用刀的人不了解啊！"

分 析

事物的真正价值，只有在适宜的环境、合适的条件下才能体现出来，如果用金子铺路，

那么金子起到的作用就会和普通石子一样了。

钱币商和烧饼贩

——生命无价

一个小镇发生了一场洪水，一位钱币商和一位卖烧饼的小贩被困在了一个野外的山冈上，他们谁也不知道这场洪水要持续多久才能退下去。

两天后，钱币商身上带的食物都吃光了，只剩下了一口袋钱币。而烧饼贩子则还有一口袋烧饼。钱币商提出一个建议，用一个钱币买烧饼贩子一个烧饼。若是在平时，这是再便宜不过的事了，但此时烧饼贩子却不同意，他认为发财的机会到了，提出要用一口袋烧饼换一口袋钱币，没办法，钱币商同意了。

好几天过去了，洪水还是没有退下去，钱币商吃着从烧饼贩子那里买来的烧饼，而烧饼贩子则饿得饥肠辘辘，最后实在忍不住了，他提出来要用这口袋钱币买回他曾经卖出去的而如今数量已不多的烧饼，钱币商没有完全答应他的条件，只允诺他用5个钱币换一个烧饼。洪水退去后，烧饼全部吃光了，而一袋钱币又回到了钱币商的手中。

分 析

钱能买到的只是能在物质方面体现的东西，而生命是无价的，只看到金钱的人往往忽视了生命的可贵。

牛缺遇盗

——要敢于斗争

有个人叫牛缺，在这一带是位声望很高的饱学之士。有一次，他要去邯郸拜见赵国国君，途经耦沙时，遇上了一伙强盗。强盗抢走了他的牛车及随身衣物，他只好步行。强盗在一旁看到这人对被劫之事并不在意，脸上连半点忧愁和吝啬的表情都没有，心中不免生疑，于是便追上去问个究竟。

牛缺坦然地回答说：“一个有德行的人，不应当因丢失一点供养自己的财物而去与人争斗，这样会危害它所供养的自身的安全啊。”

强盗们听后，同声称赞道：“这真是一个贤德之人啊！”他们望着牛缺渐渐走远的背景，忍不住又商议：“如此贤德之人去拜见赵国的国君，必会受到重用，他如果在国君面前告发了我们的强盗行径，我们一定会大难临头。因此，还不如先下手为强。”于是，这伙强盗再一次追上牛缺，并把他杀掉了。

有个燕国人听说了这件事后，就将全家族的人集合起来，告诫他们：“今后谁遇上了强盗，可千万别学牛缺那样以贤德求忍让呀！”大家都牢牢记住了这个教训。

不久，这个燕国人的弟弟要到秦国去，一行人来到函谷关下，又遇上了强盗。他想起了哥哥临别时的告诫，始终不肯轻易舍弃财物，在实在斗不过这伙强人时，他又跪在地上，低三下四地哀求强盗以慈善为本，发还抢走的财物。

强盗们被纠缠得大怒了，忍不住厉声喝道："我们没有要你的性命，就已经够宽宏大量了。你现在还要死死地缠住我们，索要财物，这不就把我们的行迹暴露了吗？我们既然已经做了强盗，哪里还有什么慈悲仁义可言？"只见这伙人手起刀落，将那个燕国人的弟弟杀了，同时还杀害了与之同行的四五个伙伴。

分 析

在凶恶的敌人面前，既不敢于斗争，也不善于斗争，只是一味地高谈阔论，实是愚蠢之举。记住：面对杀人不眨眼的强盗，惟一正确的选择就是战而胜之。

美丑标准

——品行比外形更重要

阳朱到宋国，投宿在一家客栈里。店主人热情地接待阳朱，并向他介绍自己的家人。阳朱发现主人有两位小妾，一位长得亭亭玉立，楚楚动人，而另一位却相貌丑陋。偏偏令人不理解的是，店主宠爱丑陋的小妾，轻贱漂亮的小妾。

阳朱怀着好奇心，想打听个究竟，便询问缘由。

店主答道："那个漂亮的自恃美貌却轻视他人，傲气的不得了，我越看她越觉得丑；这位看似丑陋的心地善良，待人谦和，知情达理，令我越看越觉漂亮，我一点也不认为她不漂亮。"说到这里，正好漂亮的那位小妾昂首挺胸地走过来。主人连看都不看她一眼，对阳朱说："瞧这德性，这模样，实在叫人生厌，她哪里知道什么叫美，什么为丑！"

分 析

外形固然很重要，品行却是更重要的标准。一个人若貌美再加上品格高尚，那就一定会受到人们的爱戴。若相貌不理想而心灵美，也会获得尊重。

依人门户

——要有自知之明

从前，每逢新春佳节到来，人们都要在自家的门两旁挂上桃符，写上一些吉祥喜庆的话，为的是祈祷新的一年人丁兴旺，五谷丰登，做什么事都有好兆头。这些桃符一般都要挂到下一个新年才换掉。

到了端午节，各家各户又用艾草扎成一个人的形状挂在门框上方，利用艾草的气味来驱除蚊蝇害虫，消除毒气瘴气。

有一天，门边的桃符一抬头，看见门框上用艾草扎成的小人挂在那里，便十分生气，于是对艾草骂道："你是什么东西，竟敢占据我的上位？"

艾草弯腰看了看已经破旧褪色的桃符，不服气地说："你都已经半截身子埋进土里去了，还有什么脸来跟我争上位下位，你生来就只配在我的下面！"

桃符见小艾草人这么傲慢，更生气了，便又说："我起码是出自文人之手，和笔墨香味有联系，我的出身高雅。而你，来自田边野地的一把蒿草，用几截破绳一缠，配挂在我的上边么？自己也不瞧瞧自己是副什么模样！"

艾草人一点儿也不示弱，冷笑着说："管你高雅不高雅，瞧你风烛残年，主人早将你忘了，眼下注重的却是我……"

就这样，桃符和艾草你一句我一句，彼此争辩不休，它们吵闹的声音越来越大，以至于惊动了门神。

门神出来劝解正在争论的桃符和艾草人，他说："两位兄弟，我看还是不要再争吵了吧。我们这等人，本来就没什么大本事，现在只不过是依附在人家的门户上才得以安身混日子，还怎么好意思去争什么高低上下呢？"

一番话，说得桃符和艾草人都惭愧地低下了头。

分 析

越是没有大本事、没什么才干的人，越是能互相攀比争待遇，因为他们看不到自己的缺点。

惧老休妻

——不要因担心将来而放弃现在

有一个叫陶邱的人住在平原郡，他娶了渤海郡墨台氏的女儿做妻子。这位女子不但容貌十分美丽，而且很有才华，为人温柔贤慧，亲戚邻居没有不羡慕陶邱的。陶邱也感到心满意足，一家人过得十分幸福。

一年后，他们养了个儿子，家中更是充满了乐趣。一天，妻子对丈夫说：

"自从嫁到你家，这一年多我从没回过一次娘家，我很是想念母亲和娘家的人，我们是不是择个日子，回一趟娘家，顺便也把孩子带给他们瞧瞧？"

丈夫想了想，说："也是，应该去见见岳母。"

于是一家三口人选了个日子，雇了车马，一路上风尘仆仆到了渤海郡。到了墨台氏妻子家里，娘家人见了女儿、女婿和小外孙，都非常高兴，杀鸡宰羊招待。岳母丁氏已是70多岁的老妇人，自然行动迟缓、步履蹒跚，满脸皱纹交错，说话也不灵巧了。岳母见过女婿便回房休息去了。

几天后，陶邱带着妻子和儿子回家。一回到家就要把妻子休了。

妻子感到十分诧异，便问丈夫：

"不知我有什么过错，夫君要休我回家。"

丈夫陶邱说：

“前几天到你家去，见了你母亲真叫我伤心，她年老了，满脸老气横秋，德行、礼节都不讲了，已不能与过去相比。我担心你老了以后也会变成这副模样，倒不如现在就把你休了。再也没有别的原因了。”

妻子听了，哭笑不得。后来，亲戚和邻居知道了这件事，都骂陶邱愚蠢至极。

分 析

世上本无事，庸人自扰之。因为担心遥远的将来而放弃现实中的美好，实在是太愚蠢了。

好谀亡国

——不要只听奉承话

虢国的国君平日里只爱听好话，听不得反面的意见，在他的身边围满了只会阿谀奉承而不会治国的小人，直至有一天虢国终于亡国。那一群误国之臣也一个个作鸟兽散，没有一个人愿意顾及国君的，虢国的国君总算侥幸地跟着一个车夫逃了出来。

车夫驾着马车，载着虢国国君逃到荒郊野外，国君又渴又饿垂头丧气，车夫赶紧取过车上的食品袋，送上清酒、肉脯和干粮，让国君吃喝。国君感到奇怪，车夫哪来的这些食物呢？于是他在吃饱喝足后，便擦擦嘴问车夫：

“你从哪里弄来这些东西呢？”

车夫回答说：“我事先准备好的。”

国君又问：“你为什么会事先做好这些准备呢？”



车夫回答说：“我是专替大王您做的准备，以便在逃亡的路上好充饥、解渴呀。”

国君不高兴地又问：“你知道我会有逃亡的这一天吗？”

车夫回答说：“是的，我估计迟早会有这一天。”

国君生气了，不满地说：“既然这样，为什么过去不早点告诉我？”

车夫说：“您只喜欢听奉承的话。如果是提意见的话，哪怕再有道理您也不爱听。我要给您提意见，您一定听不进去，说不定还会把我处死。要是那样，您今天便会连一个跟随的人也没有，更不用说谁来给您吃的喝的了。”

国君听到这里，气愤至极，紫涨着脸指着车夫大声吼叫。

车夫见状，知道这个昏君真是无可救药，死到临头还不知悔改。于是连忙谢罪说：“大王息怒，是我说错了。”

两人都不说话了，马车走了一程，国君又开口问道：“你说，我到底为什么会亡国而逃呢？”

车夫这次只好改口说：“是因为大王您太仁慈贤明了。”

国君很感兴趣地接着问：“为什么仁慈贤明的国君不能在家享受快乐，过安定的日子，却要逃亡在外呢？”

车夫说：“除了大王您是个贤明的人外，其他所有的国君都不是好人，他们嫉妒您，才造成您逃亡在外的。”

国君听了，心里舒服极了，一边坐靠在车前的横木上，一边美滋滋地自言自语说：“唉，难道贤明的君主就该如此受苦吗？”他头脑里一片昏昏沉沉，十分困乏地枕着车夫的腿睡着了。

这时，车夫总算是彻底看清了这个昏庸无能的虢国的国君，他觉得跟随这个人太不值得。于是车夫慢慢从国君头下抽出自己的腿，换一个石头给他枕上，然后离开国君，头也不回地走了。

最后，这位亡国之君死在了荒郊野外。

分 析

如果只听奉承话，不听批评意见，而且还执迷不悟、一意孤行的话，后果不会比惨死荒野的亡国之君好到哪儿去。

飞必冲天，鸣必惊人

——要先积蓄底蕴再等待时机

春秋五霸之一的楚庄王，在历史上曾为楚国的发展建立过显赫的功业。可是他在登基的头3年内，却毫无建树，不理朝政，昼夜游戏，猜谜作乐，不听臣子的意见，并扬言：有敢进谏的，处以死刑。宫廷上下都十分着急，国家有这么个愚顽的国君怎么得了！

看到这种状况，有个叫成公贾的人决定冒死进宫规劝楚庄王。楚庄王对成公贾说：

“你知道，我是不准人提意见的，你现在为什么不怕死来提意见呢？”

成公贾说：“我来，不是给您提意见的，我只是想来跟大王一起凑趣解闷，猜猜谜语玩的。”

楚庄王说：“既然这样，那你说个谜我猜。”

成公贾说：“好哇。”于是他给楚庄王说了一个谜语：

“有一只大鸟，停留在南方的一座山上，整三年了，它不动不飞也不叫。大王您说，这是只什么鸟呢？”

楚庄王稍作思考，便胸有成竹地说：

“这只大鸟停在南方的大山上，整整三年没有动，目的是在坚定自己的思想和意志；它三年不飞，是在积蓄力量使自己羽翼丰满；它三年不叫，是在静观势态、体察民情、酝酿声威。这只鸟尽管三年来一直没飞，可是一旦展翅腾飞必将冲天直上；尽管它三年来一直不

叫，可是一旦鸣叫起来，必定会声振四方、惊世骇俗。成公贾先生，你放心吧，你的用意，我已经猜中了。”

成公贾惊喜地点点头，欣然离去。

第二天，楚庄王上朝处理国事。他根据三年来的明察暗访、调查研究和对大臣们政绩的考察情况，提拔了五位忠诚能干的大臣，罢免了十个奸狡无能的大臣。楚庄王的决定和处事的魄力，使文武百官大为佩服，因此大家都十分高兴。楚国的老百姓也都奔走相告，庆幸有了一位贤君。

分 析

不鸣则已，一鸣惊人；不飞则已，一飞冲天。这是怎样的人生智慧和人生境界！所以，凡有头脑者都不会急于表现自己，他们都会先积蓄底蕴，待时机成熟，再一鸣惊人。

杞人忧天

——不要无谓的忧虑

在中国历史上的春秋时代，有一个杞国人，总是担心有一天会突然天塌地陷，自己无处安身。他为此事而愁得成天吃饭不香，睡觉不宁。

后来，他的一个朋友得知他的忧虑之后，担心这样下去会损害他的健康，于是特意去开导他说：“天，不过是一些积聚的气体而已。而气体是无处不在的，比如你抬腿弯腰、说话呼吸，都是在天际间活动，为什么你还要担心天会塌下来呢？”

那个杞国人听了，仍然心有余悸地问：“如果天是一些积聚的气体，那么天上的太阳、月亮、星星，会不会掉下来呢？”



开导他的朋友继续解释：“太阳、月亮、星星，也都只是一些会发光的气团，即使掉下来了，也不会伤人的。”

可是杞国人的忧虑还没有完，他接着问：“那要是地陷下去了呢？又该怎么办？”

他的朋友又说：“地，不过是些堆积的石块而已，它填塞在东南西北四方，没有什么地方没有石块。比如，你站着踩着，都是在地上行走，为什么要担心它会陷下去呢？”

杞国人听了朋友的这一番开导之后，终于放下心来，十分高兴。

分 析

忧虑可不是什么好习惯，如果陷入无休止的忧虑之中而无力自拔，那将会失去所有的快乐。人生还是豁达些好。

白头神猪

——先调查清楚再下结论

很早以前，辽东一带农村养的猪个个都是黑颜色的，这里的人们从来没有见过其他颜色的猪，还以为天下的猪全都是黑色的。

有一年，张三家的一头母猪下仔了，他高高兴兴地数着刚生下来的小猪：“一、二……”忽然，他停住了，张大了嘴半天合不拢。他惊奇地看到，猪窝里竟然躺着一头白头的小猪仔！他忙奔出去，逢人就讲：“我家的猪生了一头白头小猪，白头的啊！”大家纷纷跑到他家里去亲眼看看这白头的小猪，个个称奇。一时间，这件奇闻传遍了全乡。

人们兴致勃勃地议论着这头稀罕的小猪，乡里年纪最老、见识最广、说话也最有权威的人说：“我活了这么多年，第一次看到白头猪。依我看，这头猪一定是上天赐给我们的神猪，能够带来吉祥。我们应该把这头尊贵的神猪送到京城里去献给皇上，也好使我们乡扬名天下啊！”大伙纷纷表示赞同，于是就开始搭架子、做红花、置锣鼓，紧张地筹备起来。

过了几天，一切都准备停当，大家就派了几个身强力壮的小伙子抬了用红绸缎装饰的架子，将白头小猪放在上面，在一个能干人的带领下，敲锣打鼓，吹着喇叭，一路欢欢喜喜、热热闹闹地向京城出发了。

就这样走了好几天，来到了河东地面。人们惊讶地发现，那里庄户人家养的猪几乎个个都是白头猪，普通得很。大家这才知道，他们抬的准备献给皇上的所谓“吉祥的神猪”，其实也只是十分平凡的一头小猪而已。人们面面相觑，又失望又沮丧，只好偃旗息鼓，带着他们的小白猪回辽东去了。

分 析

世界很大，我们不了解的事情很多，千万不要在没有调查清楚之前就自吹自擂，这样更会暴露你的孤陋寡闻。

米从哪里来

——人需要接受教育

有个富翁很有钱，家里积聚着很多财产，可就是不懂得知识，一家人孤陋寡闻愚蠢至极。特别是两个儿子，表面看上去还人模狗样，穿着华丽，可实质上只不过是一对“绣花枕头”，而当父亲的这个富翁却从来也不知道教育他们。

一天，艾子对那个富翁说：“您的两个儿子虽然长得都很漂亮，可是都没什么学问，又不通晓人情世事，将来长大了怎么能继承您家祖先的基业呢？”

富翁一听很不高兴，生气地说：“谁说我家孩子不通世事？我家孩子又聪明又有才干，谁也比不上他们。”

艾子笑了笑，说：“把您儿子叫来，我不考什么别的，只想问问他们吃的米是从哪里来的？如果他们说得清楚这一个简单的问题，就算我错了，我情愿承担诬蔑不实的罪名，你说行不行？”

富翁把两个儿子喊来，站在艾子跟前。艾子笑着问他们说：“两位公子，你们每天吃白米饭，不知这大米是从何而来？”

富翁的两个儿子一听，心想：我以为是考我们什么了不得的学问哩，原来就这简单的问题，米从何来？这不明摆着的事吗？于是他们嬉皮笑脸地说：“我哥俩岂能连这点小事也不知道？米是从米缸里取来的！”

富翁在一旁听了，气得直跺脚，脸上现出一种难堪的神情，他赶紧纠正他们说：“真是两个笨蛋，愚蠢至极，米是哪来的都不知道！告诉你们，米是从田里取来的呀！”

艾子笑了笑说：“有这样的父亲，还愁不会有这样的儿子吗！”

分 析

养尊处优，脱离实际，就必然会一无所知。所以，家长们的责任不只是给予子女优裕的物质生活，还要给予他们必要的知识教育。

猫头鹰的疑惑

——改变环境不如改变自己

西边的树林里住着猫头鹰，这种鸟是夜间最为活跃的鸟，它们捕食鼠类及其他小动物。按说，猫头鹰应该是人类的朋友，应该受到人们的一致好评。可是住在树林旁边的那些人却并不欢迎猫头鹰做他们的邻居，因为猫头鹰的叫声实在难听。特别是到了晚上，你偶尔有事外出，经过那片树林时，冷不防几声怪叫，真能吓得你浑身起鸡皮疙瘩，冷汗直冒。于是人们总是想方设法要赶走猫头鹰。

猫头鹰感到十分苦恼，它从这个窝挪到那个窝，可挪到哪个地方也依然不受欢迎，总听

到人们责怪和斥骂的声音。猫头鹰想：这里的人实在太刻薄了，我一定要搬得远远的。

猫头鹰这回可是下了大决心了，它竭尽全力向东方飞呀飞呀，飞了3天3夜，已经筋疲力尽，再也飞不动了，才肯停在途中的林子里休息。

一只斑鸠看见猫头鹰那副又沮丧又疲惫的样子，很是奇怪。斑鸠问猫头鹰说："你累成这个样子，你要去干什么呢？"

猫头鹰说："我想搬到很远很远的东方去住。"

斑鸠不解地看着它，说："为什么呢？"

猫头鹰叹了口气说："西边的人太难相处了，他们都讨厌我，说我的声音难听，我在西边实在住不下去了，非搬家不可了！这次我下决心搬到遥远的东边去，离西边越远越好！"

斑鸠像个小姐姐似的笑了笑说："搬家就解决问题了吗？依我看，不管你搬到哪里去，都是一样的结果。"

猫头鹰不理解斑鸠的意思，皱起眉头问："那为什么呢？我离开他们还不成吗？"

斑鸠语重心长地说："道理不是明明白白的吗？如果你不能改变你那难听的声音，你即使搬到最远的东边，也同样不会受东边人的欢迎。"

分析

改变环境不如改变自己，不要把改变境遇的希望寄托在改变环境上，这是徒劳无益的。

吝啬鬼

——没有付出就不会有回报

有个人的邻居是个十分悭吝的人，人们都叫他吝啬鬼。吝啬鬼家里粮满仓、柴成垛，可他还总是装穷叫苦，占别人的便宜。如果家里来了客人，吝啬鬼总是把酒肉都藏了起来，装着很为难的样子，到邻居家借几颗菜、一小盅油，回家煮点稀饭"招待"客人。晚上，等客人走后，吝啬鬼一家才又重新做了香喷喷的饭菜，舒舒服服吃了一顿。其实吝啬鬼家的生活是很富裕的，可是他总希望更加富裕。

一天，吝啬鬼忽然想起来要去祭土地神，因为他觉得土地神是能保佑他更加富裕的神。祭神是需要献上供品的，面对着家中的大米、白面、鱼肉、好酒，吝啬鬼犯了难。他摸了摸雪白的米饭、馒头，闻了闻香喷喷的腊肉熏鱼，碰了碰盖得严严实实的成坛的老酒，终于没舍得拿出来。

吝啬鬼狠狠心、咬咬牙，拿半碗大米到邻居家换了一碗小米饭，从当天吃剩的菜中拣了3条小鱼，又将未喝完的半瓶酒带上，就很慷慨地出了家门。

到了土地庙中，他摆上那些供品，认真地祈祷说："土地爷爷，我拿了酒、鱼、米饭来供奉您老人家，请您保佑我有更多的财富吧。让我那干旱的高坡地也都长出茂盛的庄稼；让我那水涝的湖洼地也都收获上万石的粮食吧！请将我的这些财富和您的保佑传给我的子孙后代，让他们也年年丰收，永远获得多多的财富吧。"

土地神看到财主家财万贯还拿一些残羹冷炙来祭拜他，非常生气，一怒之下，不但没有让财主家大丰收，还使他原有的财产都败光了。

分 析

吝啬鬼希望土地神赐给自己更多的财富，却又舍不得投入一点点供品。像他这样只知道索取不知道付出的人，最终什么也不会得到的。

狙公失猴

——做人要自食其力

从前，楚国有个老头以饲养猴子为生，楚国人都把他叫作狙公。每天早上，狙公起床以后都在院子里给他的猴子们分配任务。他让老猴子带着猴子们出去，采摘山里果树的果实。晚上，等猴子们回来了，狙公就逼着猴子们交出它们所采果实的十分之一。光靠着这些猴子采来的果实，他就可养活自己，而且还略有盈余。有一次几个猴子觉得自己白白辛苦一场，狙公却坐享其成，很不公平，于是它们决定不交果实，狙公就对它们棍棒相加，一阵毒打。猴子虽然觉得每天采摘果实是件苦活，可又怕狙公的棍棒，不敢违背狙公的命令。

有一天，一只不懂事的小猴子突然问这群猴子："山里果实累累，难道是狙公亲手所种吗？"大伙都说："不是呀，谁都知道这些果树并没有什么人去栽种，都是天生的。"小猴子又问："既然这样，我们干吗靠给狙公做苦力过日子呢？"小猴子话还没说完，猴子们都已经恍然大悟。

当天晚上，猴子们趁狙公睡熟之后，悄悄地打破栅栏，弄坏笼子。它们拿上狙公积存的果实，手牵着手跑进了树林深处，从此再也不回去了。狙公一觉醒来，才发觉猴子们都跑光了，他赖以生存的手段没有了，只得待在家中活活地饿死了。

分 析

做人要自食其力，如果靠依赖别人过活，最终只能落得两手空空。依赖就是寄生，寄生虫早晚会被排出体外的。

瞎子和跛子过河

——合作才能共赢

两个流浪艺人结伴同行。他们两个，一个是瞎子，一个是跛子。因为都有身体的残缺，所以，两个人同病相怜，互相照顾。跛子牵着瞎子走，瞎子搀着跛子。这样两个人就不容易摔跤了。

有一天，两个人来到一条大河前。河水非常的汹涌，好像要把每一个渡河的人都吞噬一样。跛子害怕了，说："这条河看起来很可怕啊！我们还是绕路走吧？"瞎子的听觉很好，他侧着身子听了一会儿，说："我听了，河水其实不是很深的。我来背你，我耳朵好使，知

道哪里的河水深，哪里的河水浅。你在上面坐稳了，然后帮我看着点。遇到有礁石的地方，你就提醒我。”

跛子信任瞎子，便同意了他的主意。两个人收拾好行囊，就开始过河了。瞎子小心翼翼地走，跛子也认真地看着前面。两个人居然走得很稳，河水也似乎有意要成全他们，变的非常的平缓。两个人安全地过了河。

瞎子感叹地说：“我明白了！我以前总是为自己的缺陷而遗憾，但是今天我突然明白了，每个人都有自己的缺陷，但是最重要的是要找你最合适的合作伙伴，这样，劣势也能转化为优势。”

分 析

两片面包夹一片肉就不叫“面包”，而叫“汉堡”。这就是组合带来的变化。但是一个组织中会有各种各样的人，这些不同的人只有紧密团结在一个共同目标之下才能成就事业。对于个人而言，只有首先融入团队，对组织有强烈的认同和使命感，才能最终成就个人。

王子出海

——经过磨炼才能承大业

有一个国王带着王子出海。大家同坐一船，王子从来没有见过海洋，他晕船晕得头晕脑胀，一路哭哭啼啼，战栗不已。大家百般安慰他，他仍继续哭闹。国王被他扰得不能安静，生气地说：“你连大海都害怕，将来怎么继承我的王国？”大家始终想不出办法来。船上有一位哲学家说道：“您若许我一试，我可以使他安静下来。”

哲学家叫人把王子用绳子拴住，抛到海里去，任他沉浮、叫喊、哭泣，都不理会他。然后，人们再把他拖回到船上。他一上来，就连忙跑到国王的身边，大声地抗议，但是他不再哭了。

国王现在已经明白了哲学家的举动，便对王子说：“原先你不知道灭顶的痛苦，便想不到稳坐船上的可贵。大凡一个人总要经历过忧患才会知道安乐的价值。一个国王就要经历更多的艰难才能缔造一个王国。你很幸运，不用经历那些事情，但这并不意味着你就可以高枕无忧了。今天的事情算是对你的一个锻炼。但是，这只是一个开始！我以前只知道心疼你，而忘记了我的责任。我以后要好好地培养你，否则我的王国就会败落在你的手上！”

分 析

中国俗语云：“不孝有三，无后为大”，这句话也同样适用于企业。培养企业接班人是一个重要的决策，是延续企业生命的最重要的一步。只有经历过严峻考验的接班人，才能够珍惜交到自己手上的接力棒。家族式企业常常垮台，就是因为接力棒来得太容易。

艺人献技

——用人不能凭自己好恶

有一个走江湖卖艺的人，技艺超凡。因此，他求见国王，以期得到国王的重用。国王接见了他，并让他当众表演技艺。

艺人用两根比身体长一倍的木棍绑在小腿上，边走边跑，同时手里还耍弄着7把宝剑。7把明晃晃的宝剑在阳光下闪耀着光芒，看来非常的锋利。但是，在他手上却从左到右有条不紊地轮番而过，没有一把落下来。国王看了这令人眼花缭乱的绝技，龙心大悦。旁边围观的人也无不拍手叫绝。这个卖艺人得到了很多金银玉帛的赏赐，并且成为专宠的艺人。

不久，有一个会耍其他杂技的艺人，听说了国王赏赐耍剑艺人金银的事，便前去求见国王。可是国王偏好前一个人的技艺，看了这个人的表演，觉得很不满意，便命人把他抓了起来。国王本来打算杀了此人，后来又觉得他并无什么大的罪过，便把他关了一个月就放了。

这个艺人逃掉了杀身之祸，从监狱里出来之后，连连叹气。别人问他原因，他说："我以为大王是个善于任用人才的人，所以才去投靠，但是没有想到他因为自己的偏爱而把有才华的人监禁起来。我不是感叹自己差点被杀的遭遇，而是感叹从此我们国家的人才都会跑到别的国家去了，剩来下的只是国王喜欢的人和那些专门逢迎他偏爱的人了。"

分 析

企业领导者不能凭自己的好恶用人，否则，企业里的人才会变成"清一色"，而缺少活力。企业越大，人才越要多元化。企业领导者如果只"好"一种类型的人才，会使企业如一潭死水，毫无生机。

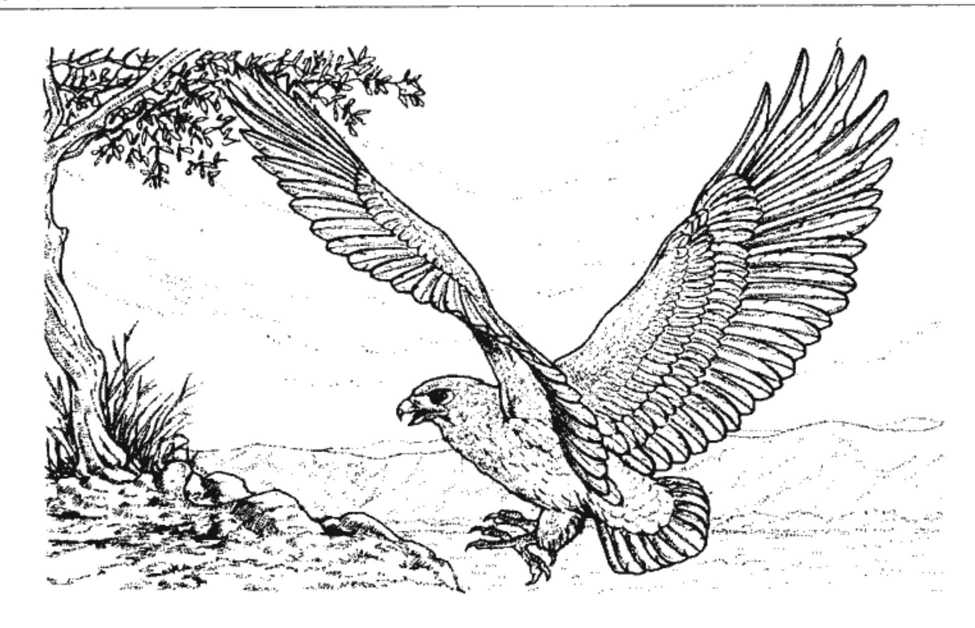
鲲鹏与蓬雀

——胸无大志只能苟安

传说古代在很远很远的北方，大地以草木为毛发，气候异常的寒冷，草木不生，于是人们把那个地方叫"穷发"。

在那个草木不生的地方，有一片大海，是大自然造就的一片辽阔的水域。在这片水域中，生活着一条硕大无比的鱼，这条鱼的身体有几千里宽，而它的身体有多长呢，谁也说不清楚，这条大鱼的名字就叫做鲲。有一天，这条大鱼变作了一只鸟，也同样是大得不可思议。这只鸟的脊背有泰山那样高大，双翅一展，就像是挂在天空的云彩遮住了半个天空，这只鸟名叫鹏。

这只大鹏鸟打算从北海飞到南海一游，它扇动起两个巨大的翅膀，盘旋直冲天空而形成一股狂飚，大鹏鸟直飞到九万里的高空，那是一个连云气都达不到的地方。大鹏的脊背几乎是紧靠着青天了，然后它再准备朝南海的方向飞去。



有一群小蓬雀活动在一片灌木丛中，整天聚集在蓬刺矮树间跳来跳去、叽叽喳喳，倒也自得其乐十分满足。当它们听说了大鹏鸟上飞高空九万里的事情后，十分惊讶与困惑，它们嚷嚷道："简直是发了疯了，发了疯了。它干吗要飞那么高呢？它到底想干什么呢？"其中一只蓬雀以一种批评家的口气说："我跳跃着向上一飞，也不过几丈高就落下来，我在灌木丛中飞来飞去，悠然自得，我这就是世界上最好的飞翔了，那只奇怪的大鹏干吗要飞那么高呢？飞那么高有什么意义呢？"

分 析

燕雀安知鸿鹄之志哉！胸无大志的蓬雀不理解壮志凌云的鲲鹏，也是无可厚非的，可是，可悲的是它们并没意识到自己胸无大志，反而去讥笑鲲鹏，这是何等的愚蠢啊。

冒险家的运气

——听从心灵的召唤

有一位冒险家出门闯荡世界，碰运气。他与一个骑士结伴而行。路上他们看到一根柱子，上面张贴着一张布告："来探险的老爷，如果您想一睹游侠骑士所没见过的事物，您只要蹚过这条河，并一口气把一尊石像扛到这座高耸入云的山顶，您就能够得到意想不到的犒劳！"

骑士犹豫地说："这河水又急又深，即使我们能够游过去，如何能够背着沉重的石像上山呢？这是多么令人发笑的荒唐行动！这张布告恐怕是无聊的人士弄来戏耍像我们这类探险的骑士。如果你不信我的话，你去背这石像，我可不再奉陪了。"

爱推理的骑士告辞而去。冒险家看了半天，想猜出这个布告背后的意图。他的理智没有任何反应，但是直觉让他的心蠢蠢欲动。于是，他横下心，闭眼跃入河水中。湍急的河水没

能拦阻他，但是把他淹了个半死。根据提示，他爬上对岸后，扛起石像一口气走到了山顶，然后看到一个广场和一座旧城。忽然，石像发出一声大吼，城里的百姓全身武装，紧急出动。出人意料的是，这些人不但没有为难他，反而宣布冒险家为他们的君主，接替死去的国王，并说这是上帝的意旨，那个布告就是祖先流传下来的选贤方式。

一位僧侣在给冒险家加冕的时候说道："尊敬的国王，感谢您在关键的时候听从了您心灵的呼唤。人的理智往往并不是明确而且清晰的，它更有一些不确定性的色彩，需要我们运用自己伟大的勇气来使它明晰起来。"

分 析

现代社会的快速变化使我们处在了一个充满变数的世界，不但不确定性一直存在，而且情况越来越复杂，前景也越来越难以预料。面对这种情况，我们只能坦然地、主动地接受，因为不确定性有时意味着机遇。

守财奴和死神

——时间无价

曾经有一个守财奴，他一生吝啬节俭，积攒了100万元。

有一天死神突然降临，要夺去他的生命。守财奴这才意识到自己没有好好享受过人生，他对死神说："我把我财富的三分之一给你，你卖给我一年活着的时间吧。"

死神冷冷地对他说："这是绝对不可能的。"

守财奴以为死神嫌钱少："那我把50万给你。"

死神的口气不容商量："不行。"

守财奴急了："那我把全部财产都给你好了。"他甚至是在恳求了。

死神依旧说不行，守财奴提出了最后一个请求："那请给我一分钟的时间吧，我要写份遗嘱。"

守财奴用颤抖的双手艰难地写下一行字："请记住，你所有的财富买不到一天时间。"

分 析

真正富有的人是用时间衡量价值所在，而不是用金钱衡量，当你认识到时间的宝贵时，你将变得更富有。

狂 泉

——改变固有的意识是很困难的

从前有一个国家，一国的人都得了癫狂病，整天闹呀、叫呀，干一些荒唐至极的事。这

是为什么呢?

原来这个国家有一眼叫做“狂泉”的井，谁要是喝了那里的水，立刻就会变得癫狂起来。而这一国的人除国君外，全都喝“狂泉”的水，所以一个个都疯疯癫癫的。

这个国家的国君之所以没有得癫狂病，是因为国君另有一口专供他一个人饮用的水井。然而全国的人都得了癫狂病，在他们眼里，无病的国君与众不同的样子倒成了一种病态。因此他们商量好，大家一起动手给国君治“病”。这些人轮番给国君拔火罐、扎针灸、熏艾蒿、服草药，能用的办法全用上了。国君实在不堪忍受这种折磨，只好到“狂泉”去饮水。

国君喝了“狂泉”的水以后，马上就得了癫狂病，也变成了疯子。于是，这个国家从上到下，无论国君还是臣民，都一样癫狂；无论大人还是小孩，都一样荒谬。所有的人都一样疯疯癫癫，这样，大家反而都高高兴兴、心安理得了。

分 析

当一种意识充塞人们的大脑的时候，其他意识就很难再进入，不管先入的多荒诞，不管后来的多正常。可见，当事实被歪曲了之后，再想矫正，该是多么困难的事情啊。

一毛不拔难为人

——吝啬最终会害己

有一只猴子住在山林里，它非常羡慕人类。它觉得，人实在太快乐了。果实熟了的时候，他们可以一担一担往家挑，不像猴子，一年到头四处寻觅食物，找一个吃一个，饥一餐饱一餐的；冬天里刮风下雪，人可以待在自己的家里，一家人亲亲热热在一起，家里有过冬的粮食，不像猴子，一到冬天，只能冷冰冰地蜷缩在石洞里，又冷又饿。这只猴子想，来世我一定不再做猴了。

后来，这只猴子真的死了，它去到阴间拜见阎王。阎王问猴子说：“来世你还想做猴



吗？”猴子连忙说：“不想做猴了，请大王让我变人吧！”阎王说：“也好。不过想变人有个条件，那就是必须将你身上的毛全部拔掉。”说完，阎王命一个夜叉将猴子带到掌管超度变人的地府去。

猴子到了地府，接受地府鬼的“超度”。地府鬼让猴子趴下，准备给它拔毛。可是刚被拔了一根毛，猴子便大叫起来：“哎哟，受不了，受不了！”地府鬼叫它忍耐一下，猴子哭丧着脸说：“这么痛苦，实在不能忍受！”地府鬼只好把猴子又送回阎王那里。

阎王笑着对猴子说：“看你一毛不拔，又怎么能成人呢？”

分 析

有舍才有得，什么都不肯付出，又怎么会有收获呢？

穿井得一人

——不要听信道听途说

春秋时代的宋国，地处中原腹地，缺少江河湖泽，而且干旱少雨。农民种植的作物，主要靠井水浇灌。

当时有一户姓丁的农家，种了一些旱地。因为他家的地里没有水井，浇起地来全靠马拉驴驮，从很远的河汊取水，所以经常要派一个人住在地头用茅草搭的窝棚里，一天到晚专门干这种提水、运水和浇地的农活。日子一久，凡是在这家住过庄稼地、成天取水浇地的人都感到有些劳累和厌倦。

丁氏与家人商议之后，决定打一口水井来解决这个困扰他们多年的灌溉难题。虽然只是开挖一口十多米深、直径不到一米的水井，但是在地下掘土、取土和进行井壁加固并不是一件容易的事。丁氏一家人起早摸黑，辛辛苦苦干了半个多月才把水井打成。第一次取水的那一天，丁氏家的人像过节一样。当丁氏从井里提起第一桶水时，他全家人欢天喜地，高兴得合不上嘴。从此以后，他们家再也用不着总是派一个人风餐露宿、为运水浇地而劳苦奔波了。丁氏逢人便说：“我家里打了一口井，还得了一个人哩！”

村里的人听了丁氏的话以后，有向他道喜的，也有因无关其痛痒并不在意的。然而谁也没有留意是谁把丁氏打井的事掐头去尾地传了出去，说：“丁家在打井的时候从地底下挖出了一个人！”以致一个小小的宋国被这耸人听闻的谣传搞得沸沸扬扬，连宋王也被惊动了。宋王想：假如真是从地底下挖出来了一个活人，那不是神仙便是妖精。非打听个水落石出才行。为了查明事实真相，宋王特地派人去问丁氏。丁氏回答说：“我家打的那口井给浇地带来了很大方便。过去总要派一个人常年在外搞农田灌溉，现在可以不用了，从此家里多了一个干活的人手，但这个人并不是从井里挖出来的。”

分 析

道听途说的东西是最没有根据的，所以，听到什么传闻时，一定要动脑筋想一想，合不合情理，切不可不负责任地以讹传讹。这样就会混淆视听，于人于己都不利。

泥偶与木偶

——不要随便嘲笑别人

山东省境内的淄水河畔，有一个泥塑的人偶和一个木雕的人偶。在一个干旱无雨的季节中，泥偶和木偶曾有一段朝夕相处的经历。时间一长，木偶渐渐看不起泥偶，因此总想找机会讥笑它。

一天，木偶带着嘲笑的口吻对泥偶说："你原本是淄水西岸的泥土，人们把泥土揉合起来捏成了你。别看你现在有模有样、神气十足，等八月一到，大雨哗哗而下，淄水一下子猛涨起来，你很快就会被水泡成一堆稀泥了。"

那泥偶并不在意，它以十分严肃的口吻对木偶说："谢谢你的关心。不过，事情并不像你所说的那样可怕。既然我是用淄水西岸的泥土捏成的泥人，即使被水冲得面目全非，变成了一堆稀泥，也仅仅是还了我原来的面目，让我回复到淄水西岸罢了。而你倒是要仔细地想一想，你本来是东方的一块桃木，后来被雕成了人。一旦到了八月，大雨倾盆而下，引起淄水猛涨，波浪滚滚的河水将把你冲走。那时，你只能随波逐流，不知会漂泊到什么地方。老兄，你还是多为自己的命运操操心吧！"

分 析

自以为是的"聪明人"，在嘲笑别人的时候，不要忘记自己的不足之处。否则，迟早有一天也会成为别人嘲笑的对象。

顽固的蹶叔

——要分清执著与顽固

从前有一个叫做蹶叔的人，性格很是倔强，又常常自以为是，爱跟别人唱反调。

蹶叔在龟山的北面种粮食，老是与人家倒着来。他在高而平的地方种水稻，却在又低又潮湿的地方种高粱。他有个很忠诚的朋友，见他这样做不会有什么好处，就好言劝说他道："高粱适合种在旱的地方，水稻宜于种在低湿的地方，可是你现在正好相反，违反了水稻和高粱生长的习性，那怎么能获得丰收呢？"蹶叔听了朋友的话，一点儿都没放在心上，还是我行我素。结果他辛辛苦苦地种了10年地，每年都歉收，粮仓里一点儿储备也没有。眼看就快没饭吃了，他这才去看朋友的地，发现朋友正是像他劝说自己的那样种地，所以获得了丰收，不由得懊悔万分，就向朋友道歉说："您说得对啊，我知道改悔了，不再不听劝告了。"

后来，蹶叔到汶上这个地方去做买卖。他做生意完全不加考虑，看到别人抢购什么货物，他也一定进什么货，处处都硬要和人家竞争。这样一来，他的货一到手，积压得厉害，使他手上的货总是卖不出去，价钱被压得极低。蹶叔的朋友担心他吃亏，就又教他说："善于做买卖的人要进别人暂时不争不抢的货物，这样，一旦等到机会来了，就可以获得好几倍

的利润，这正是古代大商人白圭致富的原因啊！”蹶叔又不听。过了10年，蹶叔常常亏本，终于入不敷出，到了非常困窘的境地。这时，蹶叔才又回想起了朋友的话，意识到朋友是正确的，又去找到他的朋友道歉：“我现在知道自己错了，从今以后，我再也不敢不改悔。”

有一天，蹶叔要驾船出海，邀请了他的朋友一起去海边。他的朋友将他送上船，告诫他说：“等你到了海水归聚之处，一定要返航回来，不然船一进去就再也出不来了。”蹶叔表示自己记住了，会听朋友的话。蹶叔驾着船随着波涛向东驶去，航行了些日子，到了海水归聚的深渊边上。这时候，他又犯了那顽固的老毛病，不相信朋友的告诫，还是继续前进，结果船卷入深深的大壑中。蹶叔就在这黑暗的地方，忍受着颠簸和孤独，非常艰难地过了9年。直到一次赶上大鲲化为大鹏时激起的巨浪，才总算被冲出了大壑，可以回家了。

蹶叔回到家里，头发全白了，形体枯瘦得就像根蜡烛，亲朋好友没有一个人能认得出他来。蹶叔再次找到他的朋友，深深地拜了两拜，还对天发誓说：“我如再不改悔，请太阳作证惩罚我。”他的朋友笑着说：“改悔是改悔了，但还有什么用呢？”人们都说蹶叔三次改悔就度过了一生。

分 析

固守与坚持，有时可称为执著，有时又被叫做顽固，它们的区别在于，执著是以理智为前提的，而顽固则是以盲目为动力。在你“坚持”之前，请先确定自己的动力。

核桃和猫

——对事一知半解会犯低级错误

家里来客人了，好客的女主人端出一盘水果来招待客人。来自远方的客人对女主人说：“尊敬的主人家，这种水果我确实吃不惯。坦白地说，我游历了那么多的地方，如果要讲什么果实好的话，我觉得是核桃。核桃的味道真是好极了，就算最好吃的苹果，也不如它好吃。它的肉那么美味，让人回味无穷，而且还能够补脑，真是应当奉献给上帝的果实啊！”

女主人的宠物小白猫，当时正懒洋洋地蜷在女主人的怀里。它本来没有留意主人家的谈话，但是一听到吃的东西，它马上支着耳朵，将客人的话听得一清二楚。

“什么？核桃味道竟有如此美妙？我想亲口尝尝。”它立即从女主人怀里跳下来，跑进后花园。花园里长着许多核桃树，小猫飞快地爬到一棵树上，找到一枚青皮核桃，张嘴就咬。但是，它刚咬了一口，就吐了出来，满脸都是痛苦的表情。原来这青皮核桃又苦又涩。它一边用爪子使劲抹着嘴巴，一边说：“居然有人称赞你，就让他来吃吧。呸，这家伙不知长着条什么舌头，竟然喜欢吃如此酸涩的东西！”

这愚蠢的畜生哪里知道，人家称赞的是核桃的果核，而不是皮。

分 析

一知半解不仅仅是可笑，而且很可怕，常常会使人犯一些最低级的错误。

蚂蚁搬家

——团结力量大

蚁王率领一群蚂蚁把巢筑在老槐树的树洞内。新的夏季到来了，当天气发生变化，暴风雨即将来临之前，蚁王感觉到了灾难的到来。它对子民们发布了搬到新家的公告。它们成群结队地来个大迁移，把家从低洼的地方搬向高处。

蚁王带着孩子在高地上看王国的搬迁。它很动情地说："孩子，搬家是一道非常动人的风景线！你看，在路旁、在操场、在空地，弯弯曲曲的一个长长队伍，成几路纵队行进。近看，我们的孩子们走得密密麻麻，并不整齐，有的往前，有的往后，有的在中间跑来跑去不停地招呼同伴。但是，从远处望去并不散乱，一条粗细均匀的黑线从这一点连到那一点，带有一种滚滚向前的动感，让你不由地就觉得那里面蕴涵着一种巨大的力量。你要记住，当你要率领孩子们换新家的时候，这不仅是你一个人的事情，而是需要整个王国的配合！"

分 析

团结就是力量，就是进步，就是发展。充分发挥集体的力量，就可以创造优良的业绩。

鲍君神

——遇事不要只凭主观想象

有一个人到野地里去打柴，在经过一片沼泽地的时候，意外地得到了一只麋鹿。他非常高兴，但没有立即把麋鹿带回家去，而是找了棵树，将麋鹿拴在那里，打算忙完了活计再去牵麋鹿。

碰巧，有十多辆经商的车子从这片沼泽地经过。车上的人看见树旁拴着一只麋鹿，周围一个人也没有。于是，他们走过去把麋鹿牵走了。没走多远，这些人觉得自己不劳而获太不像话，就从车上拿了一条准备在路上吃的干咸鱼放在拴麋鹿的地方以作补偿，然后心安理得地离开了这个地方。

过了半晌，打柴的人来取他拴着的那头麋鹿，可是树旁的麋鹿不见了，却有一条大干咸鱼放在拴麋鹿的地方。他觉得太奇怪了。看看四周，不见一个人影。这一片沼泽地中也没有人走的道路，这干咸鱼是从哪里来的呢？就算是从附近湖塘中蹦出来的鱼，那也应该是鲜鱼呀！凭空冒出一条干咸鱼来，它不是神又是什么呢？想到这里，这人恭恭敬敬地抱起干咸鱼回家去了。

回家后，打柴人把这事说给妻子和四邻八舍的人听了，他们都觉得很奇怪。很快，这件事便传开了，而且被人们越说越神奇，竟然引来了许多前来祈祷的人。他们到沼泽地里的小树边求福消灾，治病祛邪，有许多祈祷的人竟然也灵验了。这样一来，人们对这干咸鱼是神的传说深信不疑。大家凑钱为干咸鱼建了一座祀庙，将干咸鱼供奉在里面，在庙里设了多

达几十人的专职祝巫，并给干咸鱼送了一个“鲍君神”的尊号（“鲍”就是“咸鱼”的意思）。从此，“鲍君神”庙内神帐高挂，钟鼓齐鸣，香火不断，祈祷的人络绎不绝地从方圆几百里外赶来朝圣。

好几年过去了，一天，一支经商的车队路过这里，当年放干咸鱼的人也坐在车上。当他经过庙前的时候，看了这热闹的场面和庙门高悬的“鲍君神”匾额，感到十分奇怪，便下车向人打听原因。有人向他讲了这座庙宇和“鲍君神”的来历，他不禁大声说道：“这是我的鱼，是我几年前亲手拴在一棵树上的，哪来的什么鲍君神呢！”他走进庙内，上前去将干咸鱼取下，然后头也不回地走了。庙里的祝巫和那些祈祷的人被弄得哭笑不得、十分尴尬。从此以后，再也无人来朝拜这个庙，渐渐地，庙的四周长满了野草。又过了一些时候，这座庙也倒塌了。

分 析

遇事不经过大脑、只凭主观想象，还盲目地顶礼膜拜，只会使自己越来越无知。

夫妻打赌

——贪小便宜会吃大亏

古时候有一对夫妻，又懒又馋，而且都十分贪心，为了一点小利也互不相让地争吵不休。

因为这对夫妻不愿干活，所以家里很穷。有一次，只剩下一点点钱了，用它刚好可以买三张大饼。

大饼一买回来，丈夫和妻子就赶紧一人抓了一块吃起来，生怕动作慢一点被对方抢去了。很快，两人就各自把手里的大饼吃完了，还剩下一张，两个人吃不够，他们又都不情愿把饼让给对方吃，就虎视眈眈地盯着饼，一言不发地对峙着，心里又想吃掉它，又对对方心存顾忌，不敢贸然动手去拿。

可这样耗下去也不是个办法啊。过了半晌，丈夫想出了一个主意：“这样吧，我们来打个赌，谁先开口说话，谁就不能吃那块饼。”妻子回答道：“赌就赌，我一定不会输给你的。”

于是，夫妻俩就这么呆呆坐着，一言不发，连打个喷嚏都尽量小声，生怕是自己先开口说话而吃不成饼了。

渐渐地，夜幕降临了，这夫妻还没赌出一个结果来。有个小偷趁夜出来作案，听到这一家悄无声息，一点动静也没有，以为屋里没有人，就拨开门栓，溜了进来。

小偷蹑手蹑脚地走到堂屋里，一看桌旁竟然还端坐着两个大活人，吓了一大跳，暗叫“不好”，准备逃跑。可是他发现这两个人都只盯着他看，脸上的表情有些惊恐，却既不动也不讲话。小偷心里好生奇怪，不过这会儿他也顾不上细想，大着胆子拿了几样东西，看两人有什么反应，只见两人都流露出可惜心疼的样子，但还是不动也不语。

“这两个人莫非得了什么呆病吧。管他呢，先拿东西要紧。”小偷把这对夫妻家里值钱的东西全都放到一起，用一个大包袱捆成一堆，准备带走。夫妻俩眼睁睁地瞧着，心疼极了，但谁都不愿先开口说话。

小偷走的时候，见妻子长得不错，又顺手去调戏她。丈夫仍然无动于衷，妻子再也忍不住了，跳起来大喊："来人哪，抓贼呀！"又冲丈夫骂道："你这个笨蛋，为了一块饼，连有贼都不喊一声，真是蠢到家了！"

丈夫见妻子终于开口说话了，高兴得一把抓过饼大笑道："哈哈，夫人，你终于认输了，我就知道我一定会赢到这块饼的！"

分 析

真是贪小便宜吃大亏。为了区区一点小利，竟然不顾大局，后果自然是可想而知。

瓦瓮与美梦

——好吃懒做只会一无所有

在一个偏僻闭塞的地方，有一个读书人。这个人有些文化，但学问并不高，而且他什么也不会干，靠着祖上留下的一点微薄的家产，整天好吃懒做，异想天开。最后，这个读书人坐吃山空，他身边仅剩下一只瓦瓮了。尽管这样，他依然每天幻想，把瓦瓮当作宝贝，白天把瓮藏起来，晚上拿出来，抱在手上不肯放手，唯恐有人来抢去了似的。

一个晚上，窗外北风呼啸，摇得门窗"吱吱"直响，天气非常寒冷。读书人冻得缩成一团，怎么也睡不着。于是，他又开始做起他的美梦来，他脑海中出现了他平时想得到的一切。他向老天祈求：老天爷，让我得到富贵吧！那时候，我将有很多的钱财，我用钱财买到了一大片田庄，然后又建造起大片富丽堂皇的住宅。于是，我就成了远近闻名的贵族。在我的府上，养着许许多多美丽的女子，她们能歌善舞，每天为我轻歌曼舞。我又娶了漂亮多情的妻子，我们有高大的马车，马车上有巨形的华丽的车盖，我同美丽动人的妻子坐在高贵巨大的马车上到处游览名胜古迹……反正，只要富贵人家所有的，我全都要有。

他越想越高兴，简直就像身在其中，不知不觉中，竟手舞足蹈起来。得意忘形之中，一脚将他那惟一的宝贝——瓦瓮给蹬破了……

分 析

好吃懒做之徒，即便有宏伟的蓝图，也只能是一场黄粱美梦，睁开眼睛后无非还是一无所有。

马车夫的故事

——无知者才会盲目骄傲

齐国的相国晏子有一次外出时，乘坐的马车正好经过马车夫的家门。马车夫的妻子得到

了这一信息后，便在家中打开一条门缝，向外观望。她本来只是为了目睹一下当朝相国的风采，却不想同时看到了自己的丈夫在替相国驾车路过家门时，竟是那样神气活现地坐在车前的大伞盖下，洋洋得意地挥舞手中的鞭子，目无行人，昂然前进，好像替相国驾车，自己也成了相国似的。

晚上，马车夫回到家中，白天那种自我陶醉的情绪还没有消失呢，妻子就闹着要与他离婚。这真是一个晴天霹雳，一下子将马车夫打入了五里雾中，半天摸不着头脑。他百思不得其解地追问妻子闹离婚的缘由，妻子余怒未消地说："晏子是齐国的当朝相国，学问名望在各国诸侯大臣中间有口皆碑，如雷贯耳。可是，今天我看他坐在车上，仪表端庄，态度谦和，表情深沉，令人起敬。而你只不过是给他驾车的一个马车夫而已，却在车上趾高气扬、不可一世，自以为多么了不起，在赶车时竟不把路人百姓放在眼中。像你这样胸无大志的人，将来怎么会有出息呢？所以，我要与你离婚！"

妻子的一番数落，使马车夫发现了自己的浅薄和无知，顿感羞愧万分，无地自容。从此以后，他彻底改变了自己的生活态度，不仅勤奋好学，而且谦虚谨慎，终于用实际行动赢得了妻子的谅解。

马车夫的变化引起了晏子的注意，他好奇地探询其中的奥秘。马车夫坦诚地将妻子的批评和自己的决心和盘托出，令晏子十分感动。他不仅欣赏马车夫的妻子志存高远、超凡脱俗的境界，而且赞佩马车夫知错即改、从善如流的精神。后来，晏子在齐国国君的面前推荐这位马车夫做了大夫。

分 析

真是无知者无畏啊！只有无知者才会盲目骄傲，才会看不到自身的缺点。看不到缺点，更谈不上改正了，还会有什么出息呢。

蚂蚁看大鳌

——不可盲目自满自足

古时候，东海里面住着一只大鳌。这只大鳌身形非常巨大，让人看了惊叹不已，它头顶着蓬莱仙山，在浩瀚的大海里自由自在地游玩。它的举动非常壮观，飞腾而起的时候，一直冲入九霄，水柱喷涌直上，水花直溅到方圆百里的地方；它潜入水中的时候，巨浪翻滚，涛声震天，海中卷起巨大的漩涡，这样的奇特景象简直叫人叹为观止。

有一群红蚂蚁住在蚁冢上，整天为了生活忙忙碌碌，没有见过什么世面。有一只去外面旅行的红蚂蚁听说了这只大鳌的情形，心中很是向往，就回来对蚂蚁们说："听说东海有只大鳌，行动时的奇观举世无双，我们也去见识见识吧！"蚂蚁们听了，觉得这确实是个开眼界长见识的好机会，就高兴地答应了。

蚂蚁们长途跋涉，终于来到了东海边上。它们日等夜盼，只希望能亲眼一睹大鳌的风采。足足等了一个多月，大鳌都一直没有露面，蚂蚁们想见到它的心情一天比一天急切。

蚂蚁们实在等得有些灰心了，就商量着想回去了。正当它们准备离开的时候，突然天昏地暗，刮起了一阵狂风，海面上掀起万丈高的巨浪，浪涛相撞的声音如雷鸣一般震人耳鼓。

蚂蚁们差一点被风刮跑，它们挣扎着大声喊道："要小心哪，恐怕大鳌就要出现了啊！"

过了几天，风渐渐停息，海水也恢复了以前的宁静。远远望见海天相接的地方慢慢升起了一座大山，它的顶端已没入了空中的云团里，有时候向东边飘移，有时候又向西边飘移。

这时候，蚂蚁们禁不住议论纷纷。它们说："跑了这么多路，又等候了这么多天，原来也不过如此呀。大鳌头顶仙山就好比我们头顶着米粒；它在海里游动、停息还不是就如同我们在蚁冢里爬行和休息。只不过程度有所不同罢了，也没什么值得大惊小怪的，枉费我们的力气千里迢迢来看它了！"

分 析

实在是有眼不识泰山。做人千万不能像蚂蚁那样盲目、自满、自足，一定要虚心、努力、有上进心，这样才能站得更高，看得更远。

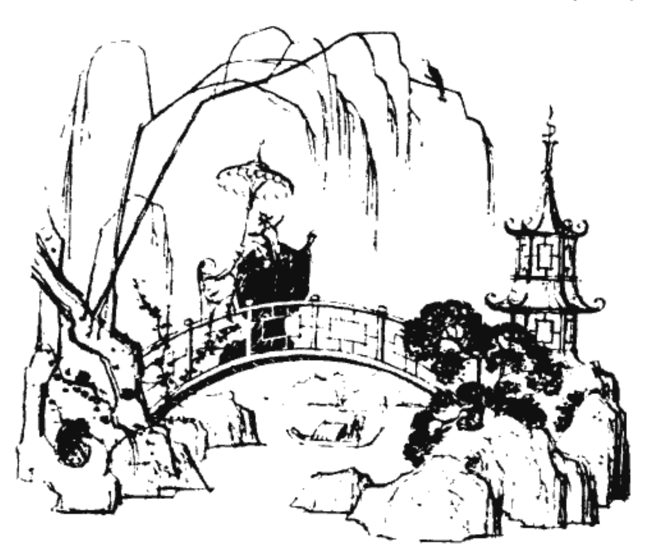
宋大贤斗鬼

——不要被邪恶势力的外表吓倒

南阳的西郊有一座亭子，本来修建它是为了让过路的人能有个歇脚的地方。可是这一带常常有恶鬼出没，搞得人心惶惶，再没有人敢到那里去过夜。

南阳有个叫宋大贤的人，他身材魁梧，血气方刚，为人正直勇敢，天不怕地不怕，从来就不信邪，还学了一身好武艺。宋大贤听说西郊的亭子闹鬼，嫉恶如仇的他决心去看个究竟，也许还能为民除害。这么想着，他也不带任何兵刃利器，只是背上自己心爱的古琴就出发了。

夜幕降临了，亭子四周的树林影影绰绰，显得神秘恐怖，偶尔传来一两声猫头鹰凄厉的叫声，更是给夜色增添了几分诡异的气氛。宋大贤一点儿都不害怕，一个人坐在亭楼里，悠



然自得地弹着琴。

忽然，楼梯上传来一阵“吱吱嘎嘎”的响声，不一会儿，一个恶鬼就来到了宋大贤面前。这个恶鬼一头火红的乱发披肩，眼睛闪着荧荧绿光，长长的獠牙露在外面，拖着一条血红的舌头，指甲又尖又长，样子可怕极了。它呲牙瞪眼地对宋大贤说：“你是何方狂徒，竟然有胆子到这里来，想尝尝我的厉害吗？”宋大贤正眼都懒得瞧它，仍然自顾自地弹他的琴。

恶鬼见宋大贤无动于衷，就转身离去。过了一小会儿，恶鬼又从街市上回来，拎了一颗血淋淋的人头，问宋大贤：“你愿不愿意睡一会儿呢？”说着就将那颗人头扔在宋大贤面前。宋大贤还是没有被吓住，反而哈哈大笑着说：“太好了，我睡觉正缺个枕头，你为我想得太周到了！”恶鬼见这个办法还是不起作用，又转身走了。

过了很长时间，恶鬼再次回到楼上，恶狠狠地对宋大贤说：“喂，你敢不敢和我比试一下搏斗的本领？”话音未落，就向宋大贤扑过去。宋大贤眼疾手快，猛地一闪，抓住鬼的腰，把它倒提起来，用力抡转。恶鬼受不了了，凄厉地号哭着求饶，见宋大贤不为所动，又求宋大贤快点把它弄死，免得再受痛苦。宋大贤将恶鬼打死后，定睛一看，原来是一只老狐狸。

从这以后，亭子清静了，再也没有野鬼来骚扰人了。

分 析

邪恶势力的本质就像纸老虎，一捅就破，所以我们没有必要害怕它，更不应被其强大的外表吓倒。和邪恶势力作斗争一定要坚决，绝不能手软。

老虎与小孩

——面对强敌应镇定自若

从前，在四川省的忠县、万县、云阳县一带，经常有老虎出没。老虎出来伤人，总是先抖出它的威风，使你还没看清它的真面目时，往往已先自吓瘫了。老虎再来收拾你，想必是十分轻松自如的事了。

这一天，一个妇女带着两个小孩到河边洗衣服。她先让两个孩子在沙滩上玩耍，然后自己走下河滩，到河边洗起衣服来。两个孩子在沙滩上一会儿堆沙塔，一会儿用线绳在手上互相翻花，玩得十分高兴。

突然，一只老虎从沙滩那边的山上奔了下来，正在洗衣的妇女见状大惊失色，她慌不择路，也顾不上小孩，自己赶紧跳进水里躲避起来，连衣服随水漂走了她也不知道。她藏在水中，只留两个鼻孔在外出气，浑身直打哆嗦。再看那两个小孩，依然在沙滩上全神贯注地玩得起劲，全然不知道身边发生了什么事情，更没注意到兽中之王老虎已在他们附近正朝他们“虎视眈眈”。

说来也怪，凶猛的老虎见两个小孩旁若无人，根本就无视老虎的存在，反倒有些吃惊，因为它见惯了的是，自己所到之处，一切飞禽走兽和人都闻风丧胆、四处逃窜，眼前这两个小孩是何物？竟如此满不在乎？老虎盯着小孩有好一会儿了，小孩并没有看它一眼，而是继

续他们的游戏。接着，老虎又用头去碰他们，两个小孩只是随意地用手拨开虎头，一点害怕的表示也没有，老虎那股凶猛的劲头已全没有了，它很泄气地走开了。

分 析

面对危险或貌似强大的敌人时，你越是害怕，可能越会招来灾祸；如果镇定自若，无所畏惧，说不定就会出现转危为安的奇迹。

宋定伯捉鬼

——战胜困难需要机智和勇敢

南阳人宋定伯年轻的时候血气方刚，十分勇敢，什么都不怕。有一天夜里，宋定伯赶路去办事，在半路上遇到了一个鬼。

宋定伯问道："你是谁呀？"

鬼回答道："我是鬼。你又是谁呢？"

宋定伯听了微微一惊，但很快就定下神来，欺骗鬼说："我也是鬼呀！"

鬼问宋定伯："你要到哪里去？"

宋定伯答："我要到宛市去。"

鬼说："正好，我也要到宛市去，咱们两个可以结伴一起走了。"

宋定伯和鬼一起走了好几里地，心里暗暗地盘算着对付鬼的办法。这时候鬼说："我们好像走得太快了点，不如我们轮流背着对方走吧。"

宋定伯答应了。鬼先背宋定伯，走了很远，问道："你怎么这样重呢？恐怕你不是鬼吧?"

宋定伯回答说："我刚刚死，所以还很重。"

宋定伯接着背鬼，也走了很远。鬼非常轻，差不多没有重量。他们互相背了三次。

宋定伯故意问鬼："我刚刚死，什么都不懂，还得向你请教鬼都怕些什么？"

鬼教他说："鬼被人重重摔到地上会变成羊，如果再被人吐上唾沫就变不回来了。"宋定伯听了，心里有了主意。

宋定伯和鬼遇见了一条河，宋定伯就让鬼先渡河。鬼渡河的声音很小，几乎听不见。宋定伯过河搅得河水哗哗直响。

鬼又有了疑心，问他说："怎么有声音呢？"

宋定伯不慌不忙地说："不是跟你说过了吗？我刚死，所以还不熟悉渡河。"

快到宛市了，轮到宋定伯背鬼。他把鬼顶在头上，用力抓住。鬼动弹不得，"喳喳"大叫起来。宋定伯也不管它，一直走到宛市，猛地把鬼摔在地上，把它变成了一头羊，又怕它变回来，就朝它吐了不少唾沫。宋定伯把羊卖掉，得了一千五百钱，高高兴兴地回家去了。

分 析

机智和勇敢是战胜困难不可或缺的法宝。所以，当我们遇到困难的时候，首先要镇静，然后再仔细分析、选择适合的办法、就一定能克服得了它。

随声附和的盲人

——盲目附和只会惹人耻笑

从前有个盲人，因为自己看不见，总是担心人家会笑话他，所以一举一动一言一行总是力求和人家一致，以表示自己并没有什么不如别人的地方。

夏天暑热，到了傍晚的时候，大家都爱到村头的一棵大榕树下面去乘凉，这个盲人也不例外。大伙儿坐在树下面摇摇扇子、讲讲故事，倒也其乐融融。

这天黄昏的时候，盲人又来到树下，和人们一起享受着树阴下的徐徐凉风，很是惬意。不远处的一棵树上，两个孩子正在掏知了，人们便都饶有兴趣地瞧着。只见后面的孩子伸出沾满树胶的木棍想去粘知了，刚伸过去，没料到前面的孩子猛然一回头，好像想说点什么，被弄了一鼻子一脸的树胶，哭丧起脸，张开的嘴也忘了闭上，样子滑稽极了。看到这里，大家不禁一起大笑起来，有的合不拢嘴，有的捂着肚子直不起腰来，有的连眼泪也笑了出来。

盲人正乘着凉，忽然听到一阵笑声，心里纳闷：他们笑什么呢？不管，我也跟着笑吧。于是就不管三七二十一也大笑起来。大伙见他也笑，非常奇怪，就问他说："你看见什么了，也发笑？"盲人边笑边说："你们所笑的，一定不错。"这下，大伙笑得更厉害了。

分 析

不如别人不要紧，通过努力可以赶上并超过别人。但如果对别人只是一味的毫无主见、随声附和的话，后果就不仅仅是不如别人了。

笨人捞豆

——要获知事情的真相

隋朝时候有个人，他用大车拉了一车黑豆上京城去卖。这个人吃力地拉着车走啊走啊，到了灞头，他一不小心踏上了一个土坷垃绊了一跤。这下子不好了，他身后的车也失去了平衡，翻倒在地。那满满一车黑豆也全部被倒进了水里。他从地上爬起来，看着水里的黑豆发愁了：这么多豆，一个人要捞到什么时候啊！想了一会儿，他决定回家去，叫家里人来帮他一块儿捞豆子。于是他不再多考虑，撇下车和豆子就走了。

这人刚一走，灞头上的人议论开了："他这一去还不知什么时候回来呢，这么多豆让水冲走了多可惜，不如我们拿回去吧。"于是大家一起动手，吵吵嚷嚷地捞豆子，不一会儿就全给捞走了，一颗也没留下。

不久以后，那个运豆的人回到了翻车的地方。水里有上千只蝌蚪在追逐嬉戏。这人以为这就是他的豆子，想要下水去捞出来。刚一下去，蝌蚪知道有人来了，转瞬间就全都游散了。这个人奇怪极了，呆呆地站了半天，怎么也想不明白。他叹着气自言自语地说："黑豆啊黑豆，就算你不认识我了，离开我跑开了，我怎么会也不认识你了呢——怎么你忽然间就

多出了一条尾巴！”

分 析

总是想当然地下判断，自然就无法知道事情的真相。这样做事怎么能成功？

鸥鸟与青年

——真诚是交往的前提

从前，有位青年住在海边，非常喜欢鸥鸟，鸥鸟也乐于亲近他。每天晨曦初露，当他摇船出海的时候，总有一大群鸥鸟尾随在他的渔船四周，或在空中盘旋，或径直落在他的肩上、脚下、船舱里，自由自在地与青年一道嬉戏玩耍，久久不愿离去，相处十分和谐。

后来，青年的父亲听说了这件事，就对他说：“人家都说海上的鸥鸟喜欢跟你一道玩耍，毫无戒备，你何不乘机抓几只回来，也给我玩玩？”他于是满口答应道：“这有何难？”

第二天，青年早早地出了家门，他将小船摇出海面，焦急地等待着鸥鸟们的到来。可是，那些聪明的鸥鸟早已经看出了他今日的神情不对，因此总是在空中盘旋，而不肯落到他的船上。当青年准备伸手抓它们的时候，鸥鸟们就“呼”的一声全飞走了，青年只好干瞪眼。

分 析

彼此真诚地对待是和谐交往的前提。如果你自以为聪明，想使手段、用心计去算计朋友，朋友必然会弃你而去。

支公养仙鹤

——要给人才发挥的空间

古时候有个叫支公的人，非常喜欢仙鹤。他常爱到仙鹤出没的地方，远远地欣赏仙鹤吃东西、散步时的一举一动，简直看得入了迷。他常常想：要是能有仙鹤长久为伴，那该多好啊！

终于，一位深知支公爱好的老朋友给他送来了一对仙鹤。支公高兴极了，像对待自己的儿女一般对待仙鹤，给它们吃上好的食物，细心照料它们的起居，高兴的时候，支公还常把仙鹤搂在怀里跟它们说话。仙鹤的活泼可爱也使支公的晚年一点都不寂寞，它们给支公作伴，跳舞给支公看，时间久了，支公和仙鹤的感情越来越深厚。

时光飞逝，仙鹤的羽毛很快长齐了，它们天天扑棱着翅膀，想飞到属于它们的遥远的地



方去。支公实在是舍不得仙鹤离开，犹豫再三，还是用剪刀把仙鹤的翅膀剪短了。

这下子仙鹤真的没有办法飞起来了。它们总是先扑打一阵翅膀，然后又回头看看，接着就沮丧地低下头，无精打采地走来走去。仙鹤再也不像以前那样欢叫起舞了，没有了活力，没有了生气，连眼睛都一天天地暗淡下去了。

支公对这一切看在眼里，疼在心里。他后悔极了，告诉自己说："既然仙鹤有直上云霄，去见识更广阔的天空的志向，我又怎么能强行把它们留在我跟前，只供自己观赏呢？"

支公从此更加精心地饲养两只仙鹤，让它们的翅膀很快又长齐了。于是支公就带着仙鹤来到野外，把它们放到地上，依依不舍地对它们说："仙鹤啊，快飞吧，到远方去实现你们的理想去吧！"仙鹤拍打着翅膀飞上蓝天，鸣叫着在支公头上盘旋了几圈，好像在感谢他的恩情，然后自由自在地向遥远的天边飞去了。

分 析

真正爱惜人才的人，就应该给他们提供一个可以让他们大展拳脚的空间。如果把他们局限在狭隘的小圈子里面，人才也就发挥不了作用了。

义鹊怜孤

——要保护弱者

很久很久以前，在大慈山的南面有一棵大树，树干有两围粗，树枝壮实，树叶宽大。有两只喜鹊飞到这棵大树上忙着筑巢，它们就要做母亲了。过了不久，两只喜鹊各自生下了小喜鹊，两个家庭热热闹闹，日子过得又温馨又红火。喜鹊妈妈每天飞出去找食，回来后，一口一口喂给孩子们吃。虽然喜鹊妈妈十分辛苦，可心里觉得很幸福。

过了不久，发生了一件很不幸的事情。一位喜鹊妈妈在出外觅食时被老鹰叼走了，它再也回不来了。它那两个可怜的孩子已经一天一夜没吃东西，也没见到它们的妈妈回来，失去妈妈的小鹊十分悲哀地哭呀哭呀，那声音十分凄凉。

小鹊的哭声传到邻居喜鹊家里，这家的妈妈马上对自己的孩子们说："你们听，我们邻居家的小鹊哭得多伤心啊！我过去看看，你们乖乖地在家待着别动，等我回来！"说完，喜鹊妈妈离开了自己的孩子们，很快飞到了喜鹊孤儿的家中。

看到邻居家的喜鹊妈妈，两只小鹊哭得更伤心了，它们向喜鹊妈妈哭诉自己失去了妈妈。邻居家的喜鹊妈妈怜悯地抚摸着小鹊说："孩子们，别哭了！今后我就是你们的妈妈，你们就是我的孩子！走，到我们家去吧！"于是喜鹊妈妈把这两只小鹊一个一个叼起来，放

进自己的巢里，还嘱咐自己的孩子，要好好和这两只小鹊一起生活、玩耍。现在，它们的家虽然有些挤，但大家相亲相爱，过得也很快乐。失去了妈妈的两只小鹊受到这家喜鹊妈妈的照顾，它们也把这里当做了自己的家。喜鹊妈妈的生活负担增加了一倍，它每天更辛苦了，可它毫无怨言。

分 析

动物尚且知道怜悯、爱护弱者，而我们人类中的某些败类，却尽做那不仁不义、毫无人性之事，岂不是连禽兽都不如了？

东郭先生和狼

——要认清险恶之人的真面目

晋国大夫赵简子率领众随从到中山去打猎，途中遇见一只像人一样直立的狼狂叫着挡住了去路。赵简子立即拉弓搭箭，只听得弦响狼嚎，飞箭射穿了狼的前腿。那狼中箭不死，落荒而逃。这使赵简子非常恼怒，他驾起猎车穷追不舍，车马扬起的尘土遮天蔽日。

这时候，东郭先生正站在驮着一大袋书简的毛驴旁边向四处张望。原来，他前往中山国求官，走到这里迷了路。正当他面对岔路犹豫不决的时候，突然窜出了一只狼。那狼哀怜地对他说：“现在我遇难了，请赶快把我藏进你的那条口袋吧！如果我能够活命，今后一定会报答您。”

东郭先生看着赵简子的人马卷起的尘烟越来越近，惶恐地说：“我隐藏世卿追杀的狼，岂不是要触怒权贵？然而墨家兼爱的宗旨不容我见死不救，那么你就往口袋里躲吧！”说着他便拿出书简，腾空口袋，往袋中装狼。他既怕狼的脚爪踩着狼颔下的垂肉，又怕狼的身子压住了狼的尾巴，装来装去三次都没有成功。危急之下，狼蜷曲起身躯，把头低弯到尾巴上，恳求东郭先生先绑好四只脚再装。这一次很顺利。东郭先生把装狼的袋子扛到驴背上以后就退缩到路旁去了。不一会儿，赵简子来到东郭先生跟前，但是没有从他那里打听到狼的去向，因此愤怒地斩断了车辕，并威胁说：“谁敢知情不报，下场就跟这车辕一样！”东郭先生匍匐在地上说：“虽说我是个蠢人，但还认得狼。人常说岔道多了连驯服的羊也会走失。而这中山的岔道把我都搞迷了路，更何况一只不驯的狼呢？”赵简子听了这话，调转车头就走了。

当人唤马嘶的声音远去之后，狼在口袋里说：“多谢先生救了我。请放我出来，受我一拜吧！”可是狼一出袋子却改口说：“刚才亏你救我，使我大难不死。现在我饿得要死，你为什么不把身躯送给我吃，将我救到底呢？”说着它就张牙舞爪地向东郭先生扑去。东郭先生慌忙躲闪，围着毛驴兜圈子与狼周旋起来。

太阳快下山的时候，东郭先生怕天黑遇到狼群，于是对狼说：“我们还是按民间的规矩办吧！如果有三位老人说你应该吃我，我就让你吃。”狼高兴地答应了。但前面没有行人，于是狼逼他去问杏树。老杏树说：“种树人只费一颗杏核种我，20年来他一家人吃我的果实、卖我的果实，享够了财利。尽管我贡献很大，到老了，却要被他卖到木匠铺换钱。你对狼恩德不重，它为什么不能吃你呢？”狼正要扑向东郭先生，这时正好又看见了一头母牛，

于是又逼东郭先生去问牛。那牛说："当初我被老农用一把刀换回。他用我拉车帮套、犁田耕地，养活了全家人。现在我老了，他却想杀我，从我的皮肉筋骨中获利。你对狼恩德不重，它为什么不能吃你呢？"狼听了又嚣张起来。

就在这时来了一位拄着藜杖的老人。东郭先生急忙请老人主持公道。老人听了事情的经过，叹息地用藜杖敲着狼说："你不是知道虎狼也讲父子之情吗？为什么还背叛对你有恩德的人呢？"狼狡辩地说："他用绳子捆绑我的手脚，用诗书压住我的身躯，分明是想把我闷死在不透气的口袋里，我为什么不能吃掉这种人呢？"老人说："你们各说各有理，我难以裁决。俗话说'眼见为实'。如果你能让东郭先生再把你往口袋里装一次，我就可以依据他谋害你的事实为你作证，这样你岂不有了吃他的充分理由？"狼高兴地听从了老人的劝说，然而却没有想到，在束手就缚、落入袋中之后，等待它的是老人和东郭先生的利剑。

分 析

东郭先生真是一个"博爱"之人，他竟然把"爱"施于恶狼身上，因而险遭厄运。岂不活该！

龙王与青蛙

——世间万物有别

龙王住在海底深处，传说它是水族中的至尊，水中一切动物都是它的臣民；龙王还能呼风唤雨，它的一举一动都会给民间百姓带来很大影响，因此，民间百姓虽不是水族动物，也同样对龙王顶礼膜拜。

一天，龙王出外巡游，在海滨遇上了一只青蛙。龙王和青蛙相互致以问候以后，便友好地攀谈起来。

青蛙问："龙大王您居住的地方是怎样的呀？"

龙王说："我住在宫殿里，那不是一般的宫殿，那是海底宫殿，是用珍珠宝贝建造的，里面珠光宝气、金碧辉煌。"



接着龙王又问青蛙说："那么你居住的地方又是什么样子呢？"

青蛙回答说："我住的地方嘛，在山间小溪边，那里有绿色的苔藓和碧绿的青草，还有清亮的泉水和洁白的山石，简直美丽极啦！"说着，青蛙高兴起来，便问龙王道："龙大王，您高兴和发怒的时候是怎样的呢？"

龙王说："我高兴的时候，就给人间适时降下滋润的雨水，使五谷丰登；我发怒的时候，就刮起暴风，使天地间飞沙走石，然

后，再加以霹雷闪电，使得千里之内寸草难留。”说完，龙王又问青蛙说：“不知你在高兴和发怒的时候是怎样的？”

青蛙回答说：“我跟龙大王您完全不一样。我高兴了，就在风清月明的夜晚亮起我的歌喉，一个劲地‘呱呱’鸣叫，唱上一阵；我要是发怒了，就先睁大眼睛凸出眼珠子，接着便鼓胀起我的肚子，表示我的气愤，最后把肚子这么胀过以后也就罢了。我就这么大能耐。”

分 析

有多大能力就干多大的事，千万不能用一个标准去衡量，因为世间万物是存在差别的。

两人一心

——合作才能共赢

越国人甲父史和公石师各有所长。甲父史善于计谋，但处事很不果断；公石师处事果断，却缺少心计，常犯疏忽大意的错误。因为这两个人交情很好，所以他们经常取长补短，合谋共事。他们虽然是两个人，但好像有一条心。这两个人无论一起去干什么，总是心想事成。

后来，他们在一些小事上发生了冲突，吵完架后就分了手。当他们各行其事的时候，都在自己的政务中屡获败绩。

一个叫密须奋的人对此感到十分痛心。他规劝两人说：“你们听说过海里的水母没有？它没有眼睛，靠虾来带路，而虾则分享着水母的食物。这二者互相依存、缺一不可。我们再看一看琣吧！它是一种带有螺壳的共栖动物，寄生蟹把它的腹部当作巢穴。琣饿了，靠螃蟹出去觅食。螃蟹回来以后，琣因吃到了食物而饱，螃蟹因有了巢穴而安。这是又一个谁也离不开谁的例子。恐怕你们还没有见过双方不能分开的另一典型例子，那就是西域的二头鸟。这种鸟的两个头长在一个身子上，但是彼此妒忌、互不相容。两个鸟头饥饿起来互相啄咬，其中的一个睡着了，另一个就往它嘴里塞毒草。如果睡梦中的鸟头咽下了毒草，两个鸟头就会一起死去。它们谁也不能从分裂中得到好处。下面我再举一个人类的例子。北方有一种肩并肩长在一起的‘比肩人’。他们轮流着吃喝，交替着看东西，死一个则全死，同样是二者不可分离。现在你们两人与这种‘比肩人’非常相似。你们和‘比肩人’的区别仅仅在于，‘比肩人’是通过形体，而你们是通过事业联系在一起的。既然你们独自处事时连连失败，为什么还不和好呢？”

甲父史和公石师听了密须奋的劝解，对视着会意地说：“要不是密须奋这番道理讲得好，我们还会单枪匹马受更多的挫折！”于是，两人言归于好，重新在一起合作共事。

分 析

在激烈的竞争中，只有坚持团结合作、取长补短，才能赢得胜利。

蜀鸡遇难

——明枪易躲，暗箭难防

蜀鸡是一种体魄健壮的大种鸡。它身上的羽毛别具一格，形成自然美丽的花纹，而脖子上的羽毛则是一派红色。蜀鸡既具有观赏价值，又可以食用，因此豚泽地方的人很喜欢饲养这种鸡。

豚泽一家农户养的蜀鸡在初春时节孵出了一窝可爱的小鸡。春分过后，天气逐渐转暖。眼看着这群小鸡一天一个样地长大起来。只要是风和日丽的天气，大蜀鸡就领着小蜀鸡到庭院里活动。大蜀鸡咯咯咯地叫着走在前面带路；小蜀鸡啾啾啾地叫着，连蹦带跳地跟在后面学步。虽然小蜀鸡叽叽喳喳的嘈杂叫声不绝于耳，但是大蜀鸡一刻也没有忘记自己的责任。鸡妈妈既是鸡宝宝的好老师，又是它们的守护神。

有一天，大蜀鸡正领着一群小蜀鸡在院子里散步，一只鹞鹰忽然从空中盘旋而下。大蜀鸡一见长着凶狠的爪子和长钩似的利嘴的鹞鹰在头顶上盘旋，就知道来者不善。它迅速用翅膀把小鸡遮护起来，同时高昂起头颈，大声地吼叫，一眼不眨地死死盯住鹞鹰，准备与它进行一场殊死的搏斗。鹞鹰看到大蜀鸡已有戒备，不敢轻易进犯。它在空中兜了几个圈子就没趣地飞走了。

过了一会儿，天上飞来一只乌鸦。大蜀鸡知道乌鸦平素只以树上的野果、田里的谷物和昆虫为食，性情不像鹞鹰那般凶猛，所以丝毫没有防范。它让乌鸦飞落到院子里和自己做伴，与小鸡一块啄食、玩耍。大约有一顿饭的工夫，大蜀鸡与乌鸦和睦相处，简直像亲兄弟一样。然而好景不长，当大蜀鸡完全丧失警惕、痴心陶醉在这天伦之乐中的时候，乌鸦猛然间用长长的大嘴巴叼了一只小鸡。然后，它用双脚使劲往地上一蹬，狠狠地扇了扇翅膀，一阵风似的飞走了。

大蜀鸡惊魂未定地站在尘土飞扬的院子里，呆呆地望着乌鸦渐渐远去的身影，感到心痛万分。它对于自己因判断错误而受乌鸦欺骗，从而导致亲生骨肉转瞬间惨遭横祸的严重过失懊丧不已。

分 析

俗话说，明枪易躲，暗箭难防，狡猾隐蔽的敌人是最可怕的，因为他更难以防范。

山鸡与凤凰

——诚实最可贵

一个楚国人外出时在路上碰到一个挑着山鸡的村夫。因为这人未见过山鸡，所以一见到长着漂亮羽毛和修长尾巴的山鸡就认定它不是一个俗物。他好奇地问村夫：“你挑的是一只什么鸟？”那村夫见他不认识山鸡，便信口说道：“是凤凰。”这楚人听了心中一喜，并感

慨地说道：“我以前只是听说有凤凰，今天终于见到了凤凰！你能不能把它卖给我？”村夫说：“可以。”这楚人出价十金。那村夫想：“既然这个傻子把它当成了凤凰，我岂能只卖十金？”当村夫把卖价提高一倍以后就把山鸡卖掉了。

这楚人高高兴兴地把山鸡带回家去，打算第二天启程去给楚王献“凤凰”。可是谁知过了一夜山鸡就死了。这楚人望着已经没有灵气的僵硬的山鸡，顿时感到眼前一片灰暗。此刻他脑海里没有一丝吝惜金钱的想法掠过，但对于不能将这种吉祥神物献给楚王却心痛不已。

这件事一传十、十传百，很快被楚王知道了。虽然楚王没有得到凤凰，但是被这个有心献凤凰给自己的人的忠心所感动。楚王派人把这个欲献凤凰的楚人召到宫中，赐给了他比买山鸡的钱多十倍的金子。

分 析

虚伪和诚实的区别就在于：虚伪的人总是竭尽欺诈之能事，而诚实善良的人却一直忠诚地对待别人。

轮扁削车轮

——直接经验和间接经验都很重要

在我国春秋战国时代，有一位擅长做车轮的能工巧匠，他的名字叫轮扁。

一天，齐桓公在殿堂上读书，轮扁在堂下砍削车轮。齐桓公读书读到妙处，不禁摇头晃脑、口中念念有词，很是得意。轮扁见桓公这样爱书，心里觉得纳闷。他放下手中的锥子、凿子，走到堂上问齐桓公：“请问，大王您所看的书，上面写的都是些什么呀？”齐桓公回答说：“书上写的是圣人讲的道理。”轮扁说：“请问大王，这些圣人还活着吗？”齐桓公说：“他们都死了。”于是轮扁说：“那么，大王您所读的书，不过是古人留下的糟粕罢了。”

齐桓公很是扫兴。他对轮扁说：“我在这里读书，你一个做车轮的工匠，凭什么瞎议论呢？你说圣人书上留下的是糟粕，如果你能谈出个道理来，我还可以饶了你，如果你说不出道理来，我非杀你不可！”

轮扁不紧不慢地回答齐桓公说：“我是从自己的职业和经验体会来看待这件事的。就说我砍削车轮这件事吧，速度慢了，车轮就削得光滑但不坚固；动作快了，车轮就削得粗糙而不合规格。只有不快不慢，才能得心应手，制作出质量最好的车轮。由此看来，削车轮也有它的规律。可是，我只能从心里去体会而得到，却难以用言语很清楚明白地讲授给我儿子听，因此我儿子便不能从我这里学到砍削车轮的真正技巧，所以我已经70岁了，还得凭自己心里的感觉去动手砍削车轮。由此可见，古代圣人心中许多只可意会、不可言传的知识精华已经随着他们死去了，那么大王您今天所能读到的，当然只能是一些古人留下的肤浅粗略的东西了。”

分 析

直接经验和间接经验都是重要的。因为，直接经验是产生理论知识的源泉，间接经验是

前人实践的结果。

一蟹不如一蟹

——要及时把握时机

一天，海潮退了，天气很好，艾子走到海滩上去散步。忽然，艾子发现自己脚跟前有一个小动物在爬着，艾子好奇地蹲下身子去仔细地看这小东西。只见这小动物的身子又扁又圆，周围长着许多脚，爬行的方向是横的。艾子把小动物拾起来放入袖口，找到一位住在海边的人，问他道："请问这是什么东西？"那人告诉艾子说："先生，这是梭子蟹。"

艾子在海滩上继续往前走，他又看到一个小动物，身子也是又扁又圆，同样长着许多脚，但形体比先前那个要小些，行动似乎也迟缓一些，于是艾子拾起这个小动物，放到袖口里，又去找那个住在海边的人，问："您看，这是什么东西呀？"那人告诉他说："这是只螃蟹。"艾子记住了，原来又是一只蟹。

艾子继续朝前，不料又看到一只小动物在海滩上爬着，形状、体貌与先前看见的梭子蟹、螃蟹一模一样，只是比前两个更小了。艾子又拾起这个小东西，把它放进袖口，去问那个住在海边的人说："您看，这又是什么东西呀？"那人回答说："这是蟛蜞，也是一种蟹。"

艾子离开那个人，想着今天的事情颇觉有趣。这梭子蟹、螃蟹、蟛蜞都是蟹，而形体却一个比一个小。艾子不觉感叹道："咳！为什么一蟹不如一蟹呢?"

分 析

世上的事情就是这样，如果你不能及时地把握，总是期望下一个的话，可能就会错过了眼前可以得到的甚至还不错的一个。

逼鸭捕兔

——不要强人所难

从前，有一个好吃懒做的人，一天到晚除了吃饭就是睡觉，什么也不愿干却总是异想天开，一会儿想着要吃这，一会儿又想着要吃那，又不想费力气。

一天，他躺在床上忽然想到，要能吃上野兔子做的佳肴该多好呀。他曾听人说鹘鸟可以捕捉野兔，于是他勤快了一次，起床出门到市场上去买鹘鸟。他在街上转来转去，不知鹘鸟是什么模样。七买八买竟把一只鸭子买回家了，反正他还是不知道。

第二天，这个人把鸭子带到野地里，等着野兔跑来。等呀等，果然有野兔子跑过来了。这人立即将鸭子抛掷出去，让鸭子去抓野兔。可是，这只鸭子飞不起来，一抛出去它就扑打着翅膀落在地上了。这人急了，又抓起鸭子再抛掷出去，鸭子又重重地落到地上。这个人烦死了，他接连三四次把鸭子抛掷出去，鸭子始终是飞不起来。

这时，只见鸭子摔倒了又从地上站立起来，哀哀地对他说：“我只是个鸭子呀！你杀了我，吃我的肉，这是我应尽的本分。可是你要我去抓兔子，我哪能做得到呢？你为什么偏偏要把被抛掷的苦处强加到我头上呢？”

这个人却皱着眉头说：“你怎么会是只鸭子呢？我只当你是只飞得快、善于捕捉野兔的鹘乌呢。”

鸭子没办法，为了让这个人相信自己的确是只鸭子，它伸出自己的脚蹼给他看，说：“你看我这连在一起的脚丫子，看我这笨手笨脚的样子，是会捕捉野兔的鹘乌吗？”

这个人无可奈何地看看鸭子，再看看四周，那只野兔子早已不知跑到哪里去了。这个人只好沮丧地返回家去。

分 析

不顾客观实际，单凭主观好恶，强人所难，最终不会收到什么好效果的。

猴子捞月

——行动之前要先调查研究

一群猴子在林子里玩耍，它们有的在树上蹦蹦跳跳，有的在地上打打闹闹，好不快活。它们中的一只小猴独自跑到林子旁边的一口井旁玩耍，它趴在井沿，往井里边一伸脖子，忽然大叫起来：“不得了啦，不得了啦！月亮掉到井里去了！”原来，小猴看到井里有个月亮。

一只大猴听到叫声，跑到井边朝井里一看，也吃了一惊，跟着大叫起来：“糟了，糟了，月亮掉到井里去啦！”它们的叫声惊动了猴群，老猴带着一大群猴子都朝井边跑来。当它们看到井里的月亮时，都一起惊叫起来：“哎呀完了，哎呀完了！月亮真的掉到井里去了！”猴子们叽叽喳喳地叫着、闹着。最后，老猴说：“大家别嚷嚷了，我们快想办法把月亮捞起来吧！”众猴都义不容辞地响应老猴的建议，加入捞月的队伍中。

井旁边有一棵老槐树，老猴率先跳到树上，自己头朝下倒挂在树上，其他的猴子就依次一个一个你抱我的腿，我勾你的头，挂成一长条，头朝下一直深入井中。小猴子体轻，挂在最下边，它的手伸到井水中，都可以抓住月亮了。众猴想，这下我们总可以把月亮捞上来了。它们很是高兴。

小猴子将手伸到井水中，对着明晃晃的月亮一把抓起，可是除了抓住几滴水珠外，怎么也抓不到月亮。小猴这样不停地抓呀、捞呀，折腾了老半天，依然捞不着月亮。

倒挂了半天的猴们觉得很累，都有点支持不住了。有的开始埋怨说：“快些捞呀，怎么还没捞起来呢？”有的叫着：“妈呀，我挂不住啦！挂不住啦！”

老猴子也渐渐腰酸腿疼，它猛一抬头，忽然发现月亮依然在天上，于是它大声说：“不用捞了，不用捞了，月亮还在天上呢！”众猴都抬头朝天上看，月亮果真好端端在天上呢。

分 析

没有经过调查研究之前，不要轻易下结论，更不能采取行动。

猕猴与鸡

——好的东西要继承和发扬

从前，有个人养了一大群家鸡，家鸡个个都长得油光水滑、雄纠纠气昂昂的。

有一次，这个人从外面领回一只猕猴，他把这只猕猴和他的家鸡放在一起生活。

和家鸡们比起来，这只猕猴实在是相形见绌。它的外表实在不好看，它没有雄鸡那鲜红高傲的冠子，没有母鸡那金黄尖利的爪子，它身上的毛灰不溜秋的，完全不是家鸡那种五彩斑斓的油亮羽毛。从外表看，家鸡的确比猕猴漂亮多了。再看生活习惯，家鸡们都是啄食，它们的脖子一动一动的，低头啄一会儿又抬起头来走几步，样子十分优雅。而猕猴呢，一副浑然无知的样子，吃东西、饮水都要用两只前脚去捧起来，整个脸都凑到食物上去了，常常吃得满嘴满脸都是，真难看。

可是，这猕猴的品质却很好。每当有外敌出现，它总是第一个挺身而出，不顾危险，表现得十分勇敢，就连平时看起来雄纠纠气昂昂走路、傲气十足的高大的雄鸡也比不上它。这还不说，猕猴的日常工作也十分出色，它忠于职守，勤勉细心，司晨报晓也在众鸡之前。因此猕猴外表虽不及家鸡，但它依然深得主人喜爱，主人总是亲切地称它为“天鸡”。

多少年后，这只猕猴死去了。它的后代小猕猴依然和家鸡们生活在一起。可是，小猕猴却完全不像它的父辈，它违背了父辈的言传身教。小猕猴从小就不去学习父辈的好品质、继承老猕猴的优点长处，而是整日羡慕家鸡的鲜艳的羽毛，模仿家鸡优雅高傲的动作。日复一日，小猕猴总不愿离开家鸡一步。终于，小猕猴既不会像老猕猴那样辛勤地司晨报晓，更没有了临危不惧、面对敌人挺身而出的勇敢。它现在只有满肚子的虚荣，每天只会戴上鸡冠一样的高帽子，挺胸昂首走路，或将脖子一伸一缩地吃吃喝喝而已。

主人对小猕猴失去了信心，小猕猴也失去了“天鸡”的光荣称呼，只是一只不讨主人喜爱的猕猴了。

分 析

好的东西就要继承和发扬，比如说老一辈的勤劳勇敢。坏的习惯就要杜绝，比如说华而不实、游手好闲。否则，空有外表，也毫无用处。

良弓和利箭

——要物尽其用

有一个人背着一把大弓，四处游历。他那张弓确实是漂亮，有雕花的弓弯、上好牛皮条做的弓弦，可就是空背在背上，英雄无用武之地。有人上前好奇地问他说：“为什么只见你有弓而没有箭呢？”那人骄傲地回答说：“我的弓是最好的弓，可惜还没有发现可供它使用的箭！”

又有一个人拿着一支箭，到处转悠。他那支箭的确是支好箭，箭头包着银，锐利而闪闪发亮，箭尾上带着漂亮的羽毛。可是这支箭只能一天到晚提在这个人手中，不能实现它高远的理想。有人走过去不解地问："怎么你只是手里拿着一支箭空转悠，你的弓呢？"那人不以为然地笑笑说："我这支箭太好了，举世无双，可惜还没有见到能发射它的好弓！"

这两个人的话被后羿听见后，后羿立即找到那个有良弓的人，又找到那个有利箭的人，对他们说："你们的弓和箭的确都是上好的。可是，你的箭再好，不用弓发射，这支箭也只能束之高阁或被你永远地握在手中。再说你的弓，再好的弓如果没有箭，也只能是张空泛无用的弓。"

这两个人听了后羿一番话，似乎有些明白了。于是后羿对他俩说："来，把你们的良弓、利箭合在一起，我来教你们射箭，你们再来真正领略一下你们的弓和箭好在哪里吧！"

分 析

矛盾双方是相互对立、相互依赖的。如果我们只看到事物的相互对立，而忽略了它们的相互联系，就很难把握事情的发展规律，也不会使之发挥出真正的优势。

大鹏与焦冥

——知识无止境

晏子是齐国有名的贤相。晏子很有学问，足智多谋，善于讽喻又敢于直谏，他经常跟齐王一起议论国家大事或谈论学问。

有一天，齐景公和晏子坐在一起聊天。齐景公问晏子说："天下有极大的东西吗？"晏子回答说："有哇。大王想要我说给您听吗？"齐景公说："我想知道天底下最大的生灵是什么？"

晏子说："在北方的大海上，有个叫大鹏的鸟，它的脚游动在云彩之中，背部高耸入青天，而尾巴则横卧在天边。大鹏在北海中跳跃着啄食，它的头和尾就充塞在天和地之间。它的两个阔大的翅膀一伸展，就无边无际看不到尽头。"

齐景公惊奇地说："真是不可想象！不可想象！那么，天下有没有极小的生灵呢？"

晏子回答说："当然有。东海边有一种小虫，它小到可以在蚊子的眼睫毛上筑巢。这种小虫子在巢里一代一代地繁衍生息。它们经常在蚊子的眼皮底下飞来飞去，可是蚊子连丝毫的感觉也没有。"

齐景公说："太妙了，我从来没有听说过这种新奇的事，那是什么虫子呀？"

晏子说："我也不知道它确切的名字叫什么，只听说东海边有些渔民称这种虫子为'焦冥'。"

齐景公十分感慨地说："世界之大，真是无奇不有啊！"

分 析

宇宙中物质的存在和运动，形式是复杂多样的，因此，我们对世界的认识和对知识的追求也应该是永无止境的。

猴子现巧遭祸

——喜欢卖弄只会弄巧成拙

一群猴子住在江边的一座山上。这座山飞瀑流泉，树木繁茂，风景十分秀丽。每年春天过后，满山遍野都长着野果。说不清是什么年月，一群猴子来到这山上安家落户，从此以后，一直过着不愁温饱、悠然自得的生活。

有一天，吴王带着随从乘船在江上游玩，当他在江两岸的奇山异峰中发现这风景秀丽的猴山时，感到异常兴奋。吴王令随从在猴山脚下的江边泊船，带领他们下船登山。

山上的猴子们往日的平和与宁静，突然被这么多上山来的人打破了。猴子们面面相觑，它们吓得惊慌失措四下逃走，躲进荆棘深处不敢出来。

有一只猴却与众不同，它从容自得地停留在原地，一会儿抓耳挠腮，一会儿手舞足蹈，满不在乎地在吴王面前卖弄着它的灵巧。吴王拉开弓，用箭射它，这只猴子并不害怕，吴王射过去的箭都被它敏捷地抓住了。吴王有些气恼，便命令随从们一起去追射这只猴子。面对这么多人射过去的箭，猴子难以招架，当即被乱箭射死。

吴王回头对他的随从们说："这个猴子，倚仗自己的灵巧，不顾场合地卖弄自己，以至于就这样丢掉了自己的性命，真是可悲。你们都要引以为戒，千万不要恃才傲物，在人前显示和卖弄自己的一点雕虫小技。"

分 析

藏而不露是智人之举。有了一点点小本事就喜欢卖弄的人只会弄巧成拙，被人笑话，最后以失败告终。

家龙和野龙

——贪图安逸只会招来灭顶之灾

从前有一个专门饲养龙的人，研究龙的嗜好和愿望，侥幸地成功了。他得到了两条龙，就将它们饲养起来。

龙安心待在院中的小水塘里，以为江河湖海不足以供它游玩，觉得人喂它的食物很香甜，以为大海中巨大的鲸鱼也提不起它的胃口。龙高兴躺着就躺在那儿，喜欢活动就活动一下，它们很喜欢这个环境，不愿意到别的地方去。

这一天，有条野龙正好路过这里，被饲养的家龙高兴地和同类打招呼："你往哪儿去啊？冬天就要到了，还在无边的天地间到处遨游什么，快到洞穴中躲起来吧！你到处飘游不觉得很劳累吗？相比之下，还是我俩待在这儿清静安逸些。"

野龙笑着回答："你怎么狭隘到这种程度呢？大自然赋予我们健美的躯体，头顶峥嵘的龙角，身披闪闪的鳞甲，既能潜入深深的水底，又能飞腾于高高的天空，可以召唤漫天彩

云，驱使万里长风，抑制如火的骄阳，滋润干枯的大地。我的视野能达到无边的宇宙之外，栖息在洪荒的旷野之中，走遍天涯海角，阅尽一切变化。这，不正是我最大的快乐吗？可是，现在你们这样窝囊地待在像马蹄印子一样大的水塘中，泥沙限制了行动自由，只有蚂蟥、蚯蚓之类的东西与你们作伴，求得一些残汤剩菜。这样，你们和我的形体虽然完全相同，乐趣却完全不一样！受人愚弄、被人豢养的你们呀，迟早会被人家掐住喉管，割食身上的肉。我准备向你们伸出救援之手，可你们怎么反来引诱我，想把我也引入到陷阱中去呢？看来，执迷不悟的你们是难逃这本来可以避免的灾难了。”

于是，那条野龙离开了。隔了不久，被豢养的家龙果然被人逮住，剁成块，成了餐桌上的佳肴。

分 析

价值观不同，生存状态也就不相同。贪图安逸、仰人鼻息、不求进取，自会招来灭顶之灾。

仙鹤生蛋

——故弄玄虚只会当众出丑

有个叫刘渊材的人，性情十分迂腐、古怪，又很爱虚荣。他家里养着两只鹤，只要有客人来家中，他总是既神秘又故意张扬地对客人夸口说：“我家养了两只鹤，这可不是一般的鹤，它们是真正的仙鹤呀！人家所有的禽鸟都是卵生的，我养的仙鹤可是胎生的。”

这一天，刘渊材家又来了几位客人，他把客人请进屋，一坐下便夸起他那两只“胎生”的仙鹤来。刘渊材话还未说完，一仆人从后园跑来报告说：“先生，咱家的鹤昨夜生了一个蛋，好大的蛋呀，跟大鸭梨一般大小呢。”

刘渊材的脸色立刻羞得通红，他觉得十分难堪。他斜着眼偷偷瞟了客人一下，对着仆人大声喝斥道：“奴才胡说，你竟敢诽谤我的仙鹤呀！仙鹤怎么会生蛋呢？休要在此胡说八道！”

仆人只好没趣地走开了。几个客人站起身说：“刘兄，难得您家养着仙鹤，让我们去看看，开开眼界吧。”

刘渊材只好带着客人一同到后园去观看仙鹤。他们来到后园，只见其中一只仙鹤正将后腿张开，身体趴在地上。客人们想叫仙鹤站起来，便用拐杖去吓它。不料，那鹤站起身来时，地上又留下了一枚鸭梨大的鹤蛋。

刘渊材的脸色涨得通红，他支支吾吾地自我解嘲，叹着气说：“唉！没想到这仙鹤也会败坏仙道，和凡鸟一样了。”

分 析

故弄玄虚的结果就是当众出丑，狼狈不堪。

郲君为甲

——不要盲目听信流言蜚语

古时候，在现今山东省邹县一带曾有一个国名为郲的小国。这个国家的将士所穿的战袍一直用帛为原料。

因为用帛缝制的战袍不结实，所以郲国有个名叫公息忌的臣属向郲君建议说："做战袍还是以丝绳作原料为好，战袍耐用的关键之一在于缝制必须严实。虽然用帛缝制的战袍从外观上看也很严实，但是由于帛本身不大结实，我们只需一半的力气就可以把它撕开。如果我们先把丝绳织成布，再用丝绳布制作战袍，即使你用尽全身的力气去撕它，也不能把它撕破。"

郲君觉得公息忌的话很有道理，但是担心一时找不到这种原料，因此对公息忌说："缝制战袍的人上哪儿去弄那么多的丝绳布呢？"公息忌回答说："只要说是国君想用丝绳布，老百姓还有生产不出来的道理吗？"郲君看到改变郲国多年沿用的以帛做战袍的传统并不困难，于是说了一声："好，就按你的想法去办吧！"随后郲君下令全国各地的官府立即督促工匠改用丝绳布做战袍。

公息忌知道郲君的政令很快就要在各地施行起来，所以叫自己家里的人动手去搓丝绳。那些因为公息忌在君王面前露了脸，而妒忌他的人，看到公息忌家里的人又走在别人前面搓起丝绳来了，于是借故到处中伤他说："公息忌之所以要大家用丝绳布制作战袍，原来是因为他家里的人都擅长制作丝绳的缘故！"

郲君听了这种说法以后很不高兴。他马上又下了一道命令，要求各地立即停止丝绳布的生产，还是按老规矩用帛做战袍。

分 析

判断一个人的言行是否正确，不能以个人的好恶为标准，而应该看一看它是否符合所有人的共同利益。仅以一些流言蜚语来决定政策的做法是愚不可及的。



小寓言，大智慧；小视角，大境界
每天读个好寓言，每天进步一点点

在现代社会中，人们被种种问题所困扰，如让个人获得成功和财富、轻松获得管理和营销技巧，让人获得自我提升、成就美满人生等。但紧张、忙碌的现代生活，让疲于奔命的现代人，在面对那些艰深枯燥、需潜心攻读方可领悟的教科书时，却多了几分无奈与尴尬。如何才能让人们轻松地获得其迫切需要的知识和技巧呢？答案是：读寓言。《每天读个好寓言》从成功、财富、管理、营销、人生五个角度出发，以寓言特有的轻松和风趣，睿智地演绎了艰深的成功、财富、管理、营销理念和人生智慧，提出了实用、有效的方法和技巧，并阐释了许多为人处世的深刻哲理。为了便于阅读，我们对寓言的蕴意进行了适当的解读，并对其中的"管理"、"营销"思想及理念进行了提炼和升华，同时列举了具体的商业案例进行深层剖析，希望能给人以事业的帮助和智慧的启迪。在人生及通往成功的道路上，这样的寓言故事会给梦想成功和获得财富的人、企业管理者、营销人士带来有力的帮助和深刻的启发；普通读者也能从寓言中汲取到人生的智慧和处世的哲理，从而获得精神的升华，拥有充实的人生。

成功寓言告诉你成功之道

财富寓言传授你致富秘密

管理寓言教给你管理理念

营销寓言提示你营销技巧

人生寓言启示你为人真谛

人生就像寓言，重要的不是它的长短，而是它的内容；寓言也好似人生，简单平实中却有触动人心灵的一刻。在纷繁的生活中，我们苦苦追寻人生的智慧，但却常常忘了，智慧就蕴藏在那些最纯真朴实却又最永恒经典的文字——寓言里。寓言，是智慧的花、哲理的诗，它们闪烁着人类智慧的火花。寓言赐予我们想象，它们是前进路上的基石。古老的故事，永恒的智慧，心灵的启迪从这里开始。让我们细细品读，久久回味，用智慧的光芒照亮人生的道路。



出版人：方　鸣
责任编辑：一　世
封面设计：异一设计 QQ:164085572



定价：29.80元